



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DEL TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAÑALES ECOLÓGICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

AUTORA: ENRÍQUEZ PÉREZ. VERÓNICA

DIRECTOR: DR. WALTER JÁCOME PHD

Ibarra, Julio de 2013

RESUMEN EJECUTIVO


El presente estudio de investigación titulado “estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de pañales ecológicos en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”. Está desarrollado en base a métodos, técnicas e instrumentos de investigación combinados con los conocimientos y criterios técnicos en la realización de los capítulos que lo integran: en el Diagnóstico técnico situacional se pudo identificar oportunidades y riesgos del entorno en el que operará la microempresa, se tomó para análisis a los comerciantes de pañales los cuales cumplen con todos los requisitos de funcionamiento y a los consumidores de pañales quienes están satisfechos con la venta de estos productos ya que los pueden conseguir en cualquier lugar y a cualquier precio. Con el estudio de mercado se analizaron las variables oferta, demanda, la oferta se determinó mediante el nivel de ventas de los comerciantes de pañales y la demanda en base al nivel de consumo de los compradores de los mismos, se llegó a determinar que no hay demanda insatisfecha ya que los pañales están al alcance de todos en cualquier lugar, cualquier cantidad y a precios accesibles. En el Estudio técnico se definió que la ubicación de la empresa será en la Av. Mariano Acosta por cumplir con los parámetros necesarios para su funcionamiento, así como la tecnología a usar para la producción de pañales, y el talento humano necesario para poder operar. La evaluación económica del proyecto permitió conocer sus resultados en base a indicadores financieros como VAN el cual es positivo, superior a la inversión inicial generando utilidad, TIR es de 28.65% por lo que es aceptable ya que la TRM es de 15.42% es decir el proyecto es potencialmente factible de realizarse. En el aspecto estructural y funcional se determinó la visión, misión, políticas, objetivos, políticas que regirá la empresa así como la base legal para su correcto establecimiento. Para determinar el impacto que generará la microempresa se analizó ámbito socio-económico, empresarial, educativo, tecnológico y ecológico determinando así un impacto medio positivo por lo que el proyecto generará efectos positivos en el entorno en que se desarrolle el mismo.

EXECUTIVE SUMMARY

This present study entitled "Feasibility study for creating a micro producer and marketer of organic diapers in the city of Ibarra, Imbabura Province. Was developed based on methods, techniques and research tools combined with the knowledge and technical standards in the conduct of the chapters that comprise it: the situational technical diagnosis identified opportunities and risks of the environment in which the microenterprises operate are taken for diapers analysis traders who meet all performance requirements of diapers and consumers who are satisfied with the sale of these products because they can get them anywhere at any price. With the market study were analyzed the supply, demand, supply is determined by the sales of diapers and traders demand based on the level of consumption of the buyers of the same, it was determined that there is unmet demand because the diapers are available to anyone, anywhere, any quantity and at affordable prices. In the Technical Study defined as the location of the company will be on Avenida Mariano Acosta to comply with the necessary parameters for its operation and to use technology for the production of diapers, and human talent needed to operate. Economic evaluation of the project allowed to know their results based on financial indicators such as NPV, which is positive, higher than the initial investment to generate profit, IRR is 28.65% which is acceptable since the TRM is 15.42% ie project is potentially feasible to perform. On the structural and functional determined the vision, mission, policies, objectives, policies governing the company and the legal basis for proper establishment. To determine the impact of microenterprise analyzed generate socio-economic, business, educational, technological and ecological impact determined a positive means by which the project will generate positive effects on the environment in which to develop it.

AUTORÍA

Yo, **VERÓNICA CECILIA ENRÍQUEZ PÉREZ**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el mismo.

(Firma).....

Nombre: Verónica Cecilia Enríquez Pérez

Cédula: 100292891-7

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado Verónica Cecilia Enríquez Pérez para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad Superior y Auditoría cuyo tema es “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAÑALES ECOLOGICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA , PROVINCIA DE IMBABURA**”. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 20 días del mes de Julio de 2012



Dr. Walter Jácome PHD



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO

CÉDULA DE IDENTIDAD:	100292891-7	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Verónica Cecilia Enríquez Pérez	
DIRECCIÓN:	Pasaje 12 de Octubre y Agustín Rosales	
EMAIL:	vero_eia@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO: 062631594	TELÉFONO MÓVIL:	0994474763

DATOS DE LA OBRA

TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAÑALES ECOLÓGICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTORA:	VERONICA CECILIA ENRIQUEZ PEREZ
FECHA:	01 DE JULIO DE 2012
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	

PROGRAMA:	PREGRADO POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Dr. Walter Jácome PHD

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

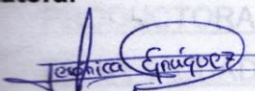
Yo, Verónica Cecilia Enríquez Pérez, con cédula de identidad Nro. 1002928917, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 143.

3. CONSTANCIAS


El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 12 días del mes de Noviembre de 2013.

Autora:


Verónica Cecilia Enríquez Pérez.
C.I. 100292891-7

Aceptación:


Nombre: Lic. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

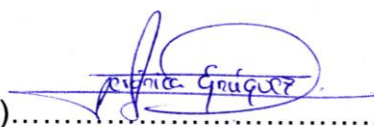
Facultado a los 12 días del mes de Noviembre de 2013 **Consejo**
Universitario..... por resolución de



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, VERÓNICA CECILIA ENRÍQUEZ PÉREZ, con cédula de identidad Nro. 1002928917, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4,5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAÑALES ECOLÓGICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de: INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA. En la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer planamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma).....

Nombre: Verónica Cecilia Enríquez Pérez

Cédula: 100292891-7

Ibarra, a los 12 días del mes de Noviembre de 2013

DEDICATORIA

*A mí DIOS por sobre todas las cosas, por
la vida, salud y su infinito e
incondicional amor y misericordia.*

*A mi Padre y Madre que con su apoyo,
paciencia y empuje han sabido guiarme
a lo largo de mi vida, sobre todo en mis
estudios y por su dirección acertada en
cada decisión tomada.*

*Y al resto de mi familia y amigos por su
apoyo incondicional.*

Verónica

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento y gratitud, a la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y especialmente a mi Director de Tesis por su colaboración y ayuda en la realización de mi proyecto. A los docentes en general por su gran labor y entrega en la formación de profesionales críticos y capacitados al servicio de la sociedad.

A todas las personas que aportaron con información, sugerencias y recomendaciones.

Verónica

PRESENTACION

Este proyecto está enfocado hacia todos los padres de bebés entre 0 y 24 meses de edad ya que trata de satisfacer una necesidad mediante la producción y comercialización de pañales ecológicos.

La creación de esta empresa también será con el fin de contribuir a la preservación del Medio Ambiente y la disminución del calentamiento global, siendo esto un problema mundial y actual por lo que evitar la producción de pañales desechables será de gran ayuda para este fenómeno natural, que sin darnos cuenta lo estamos provocando cada día, es por esto que una de las soluciones es la creación de productos ecológicos que serán de beneficio tanto para los consumidores como para el Medio Ambiente y las personas en general.

Esta investigación comprende siete capítulos:

En el diagnóstico técnico situacional se procedió a realizar un estudio a los Comerciantes y consumidores de pañales desechables con la finalidad de conocer determinar amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas de crear una microempresa en la ciudad de Ibarra, parámetros que toman en cuenta para su compra y el grado de conocimiento sobre los pañales ecológicos.

En el marco teórico se encuentran las bases teóricas que sustentan el estudio como son las microempresas, producción, comercialización, contabilidad general y de costos, análisis financiero y administración, esto permitirá tener un conocimiento adecuado acerca del proyecto para un mejor desarrollo del mismo.

En el estudio de mercado se analizaron las variables establecidas para conocer la aceptación del producto y los requerimientos del cliente frente

a este nuevo producto, su comportamiento de compra y tener una visión de cómo distribuir el producto a futuro para poder satisfacer las necesidades y expectativas del cliente brindando un producto y servicio de calidad.

En el estudio técnico se determinó que la ubicación del proyecto, será en la ciudad de Ibarra, en la Av. Mariano Acosta (entrada a la Florida), por contar con los requerimientos necesarios para el funcionamiento de la empresa, además de determinar la tecnología, maquinaria, mano de obra y materiales a utilizar para que la empresa pueda operar.

En el estudio financiero se presenta la evaluación económica del proyecto con resultados claros y cuantificables a través del cálculo del Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), y el costo-beneficio, con el fin de interpretar su viabilidad económica.

En este capítulo se detalla la estructura organizacional y funcional de la empresa, así como el tipo de actividad, razón social, misión, visión, políticas, valores, principios y objetivos de la empresa.

En este capítulo se analizó los impactos que generará el proyecto al momento de ejecutarlo y serán de vital importancia tanto para los niños, padres de familia como para el medio ambiente ya que su destrucción es mayor cada día, por lo que concientizar a las personas a cerca de la adquisición de productos ecológicos será fundamental para mejorar la calidad de vida de las personas.

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Pág.
Resumen ejecutivo	II
Executive summary	III
Autoría	IV
Certificación del director de tesis	V
Autorización de uso y publicación	VI
Cesión de derechos de autor	IX
Dedicatoria	X
Agradecimiento	XI
Presentación	XII
Índice general	XIV
Índice de cuadros	XX
Índice de gráficos	XXII
Introducción	23
Justificación	23
Objetivos	24

CAPÍTULO I

Diagnóstico técnico situacional	27
Antecedentes	27
Objetivos	28
Objetivo general	28
Objetivos específicos	28
Variables	28
Indicadores	29
Matriz	30
Mecánica operativa	31
Determinación de la población	31
Muestra	31
Información primaria	32
Información secundaria	32
Tabulación y análisis de datos	33
Encuesta aplicada a los comerciantes de pañales desechables	33
Encuesta aplicada a los consumidores de pañales desechables	42
Determinación del problema diagnóstico	53

CAPÍTULO II

Marco teórico	55
LA MICROEMPRESA	55
Concepto	55
Objetivos	56
Características	56
Ventajas	57
Desventajas	57
Clasificación	58
Relación entre la institución financiera y el microempresario	58
Evolución de la pequeña industria textil en la provincia de Imbabura	59
PAÑALES	59
Concepto de pañal	60
Historia del pañal	60
Clasificación	60
Pañal de tela	61
Pañal desechable	62
Pañal ecológico	62
Pañal gdiapers	62
Pañal desechable	62
Materia prima para su elaboración	62
Contaminación ambiental	63
Explotación maderera	63
Costo de adquisición	64
Pañal ecológico	64
Ventajas	65
Desventajas	65
Características	66
Materia prima para su elaboración	66
Concepto de ecología	67
El medio ambiente y la salud	67
Normas internacionales de manejo ambiental	68
ESTUDIO DE MERCADO	69
Comercialización	69
Las 4p	70
Canales de distribución	71
Estrategias de comercialización	71
CONTABILIDAD GENERAL	72
Definición	72
La contabilidad y el ambiente	72

Beneficios	72
Contabilidad de costos	73
Definición	73
Costos y gastos	73
Elementos del costo	73
ANÁLISIS FINANCIERO	74
Inversiones	74
Flujos de caja	74
Financiamiento	75
Riesgo país	75
Tasa interna de retorno (TIR)	75
Valor actual neto (VAN)	75
Tasa libre de riesgo	76
Tasa de redescuento	76
Punto de equilibrio	76
Inflación	77
Impacto en los proyectos	77
ADMINISTRACIÓN	77
Concepto	77
Planeación	78
Organización	78
Dirección	78
Control	79
Eco-administración ISO 14000	79
ASPECTOS TÉCNICOS	79
Localización óptima del proyecto.	79
Macrolocalización del proyecto	80

CAPÍTULO III

Estudio de mercado	81
Presentación	81
Características del producto	82
Mercado meta	83
Análisis de la demanda	84
Proyección de la demanda	84
Comportamiento de la oferta	85
Proyección de la oferta	86
Demanda potencial a satisfacer	87
Pronóstico en ventas	87
Análisis y determinación de precios	88

Sistema de la comercialización y distribución del producto	88
Publicidad	89
Conclusión del estudio	89

CAPÍTULO IV

Estudio Técnico	91
Localización del proyecto (macro y micro)	91
Macrolocalización	91
Microlocalización	91
Tamaño del proyecto	92
Factores condicionantes del tamaño del proyecto	92
Tamaño del mercado	93
Disponibilidad de materia prima	93
Disponibilidad del capital	93
Disponibilidad o programa de producción	94
Capacidad del proyecto	94
Distribución de la planta	95
Diseño de las instalaciones	96
Proceso de producción	96
Diagrama de bloque	99
Flujograma de producción	100
Cursograma analítico	102
Ingeniería del proyecto	102
Infraestructura física	102
Tecnología	102
Maquinaria y equipo	103
Inversiones fijas	106
Terrenos y obras civiles	106
Activos fijos de oficina y ventas	106
Maquinaria	109
Inversión diferida	110
Capital de trabajo	111
Talento humano	111

CAPÍTULO V

Estudio financiero	113
Introducción	113
Determinación del capital de trabajo	113
Capital de trabajo	113

Inversión variable	114
Mano de obra directa	114
Materia prima directa	114
Costos indirectos de fabricación	114
Presupuesto de ingresos	115
Presupuesto de egresos	115
Materia prima directa	116
Mano de obra directa	116
Costos indirectos de fabricación	117
Costos de distribución	119
Gastos administrativos	119
Gastos de ventas	123
Depreciación	123
Gasto financiero	124
Estados financieros proyectados.	126
Estado de situación inicial	127
Estado de resultados con financiamiento	127
Estado de flujo de caja proyectado	128
Evaluación financiera	129
Determinación del costo de capital	130
Valor actual neto (VAN)	130
Tasa interna de retorno (TIR)	132
Período de recuperación	133
Beneficio/costo	134
Punto de equilibrio	135
Análisis de sensibilidad	136
Comprobación del TIR y VAN	137
Resumen de la evaluación financiera	137

CAPÍTULO VI

Estructura organizacional	139
Organización de la pequeña empresa	139
Análisis interno de la microempresa	139
Nombre de la microempresa o razón social	139
Logotipo	139
Titularidad de propiedad de la empresa	140
Tipo de empresa sector o actividad	140
Base filosófica	140
Misión y Visión	140
Objetivos	141

Principios y valores	141
Políticas	143
Organización estructural	143
Niveles administrativos	145
Nivel directivo	145
Nivel ejecutivo	145
Nivel asesor	145
Nivel auxiliar	145
Nivel operativo	145
Descripción de funciones	146
Base Legal	152
Seguimiento y monitoreo	155

CAPÍTULO VII

Impactos	157
Impacto socioeconómico	158
Impacto empresarial	159
Impacto educativo	160
Impacto tecnológico	161
Impacto ecológico	162
Impacto general	163
 CONCLUSIONES	 165
RECOMENDACIONES	167
BIBLIGRAFIA	169
ANEXOS	173

ÍNDICE DE CUADROS

NUM	CONTENIDO	PAG
1	Consumidores	33
2	Tiempo de caducidad	34
3	Permisos de funcionamiento	35
4	Ventas por día	36
5	Marcas de pañales	37
6	Precauciones	38
7	Reacciones más comunes	39
8	Tiempo de descomposición de un pañal	40
9	Estrategias de comercialización	41
10	Frecuencia de consumo	42
11	Pañales semanales	43
12	Gastos semanales	44
13	Nivel de satisfacción	45
14	Aspectos para adquirir pañales	46
15	Daños causados	47
16	Conocimiento de pañales ecológicos	48
17	Compra de pañales ecológicos	49
18	Precio de un pañal ecológico	50
19	Lugares de venta	51
20	Marca	52
21	Demanda	85
22	Proyección de la demanda	85
23	Oferta	86
24	Proyección de la oferta	86
25	Pronóstico de ventas	88
26	Método cualitativo por puntos	92
27	Diseño de la planta	95
28	flujograma de producción de pañales	100
29	Simbología	102
30	Terreno	106
31	Obras civiles	107
32	Activo fijo de oficina y ventas	108
33	Maquinaria	108
34	Resumen inversiones fijas	109
35	Resumen de inversiones	109
36	Cuadro de inversiones	110
37	Gasto constitución	110
38	Capital de trabajo	111

39	Talento humano	111
40	Publicidad	111
41	Resumen capital	113
42	Costo de los pañales	115
43	Presupuesto de ventas	115
44	Materia prima directa	116
45	Mano de obra directa	117
46	Servicios básicos de producción	118
47	Insumos	118
48	Proyección de costos de producción	119
49	Gastos personal administrativo	119
50	Servicios básicos administrativos	120
51	Materiales de aseo	120
52	Materiales de oficina	121
53	Gastos de instalación y constitución	122
54	Gastos administrativos	123
55	Gasto de personal de ventas	123
56	Tabla depreciaciones	123
57	Resumen depreciaciones	124
58	Gasto financiero	124
59	Tasa de interés anual crédito financiero	125
60	Tabla de amortización	125
61	Estado de situación inicial	127
62	Estado de resultados	128
63	Cálculo de impuesto	128
64	Flujo de caja	129
65	Calculo del costo de oportunidad	130
66	Flujos netos actualizados	131
67	Flujos netos actualizados	132
68	Calculo de periodo de la recuperación inversión	133
69	Presupuesto de egresos	135
70	Ingresos y egresos actualizados	134
71	Beneficio costo	134
72	Proyección del punto de equilibrio	135
73	Proyección del punto de equilibrio	136
74	Análisis de sensibilidad	136
75	Comprobación del TIR y VAN	137
76	Resumen de evaluación financiera	137
77	Matriz de valoración de impactos	157
78	Impacto socioeconómico	158
79	Impacto empresarial	159
80	Impacto educativo	160

81	Impacto tecnológico	161
82	Impacto ecológico	162
83	Impacto general	163

ÍNDICE DE GRÁFICOS

NUM	CONTENIDO	PAG.
1	Consumidores	33
2	Tiempo de caducidad	34
3	Permisos de funcionamiento	35
4	Ventas por día	36
5	Marcas de pañales	37
6	Precauciones	38
7	Reacciones más comunes	39
8	Tiempo de descomposición de un pañal	40
9	Estrategias de comercialización	41
10	Frecuencia de consumo	42
11	Pañales semanales	43
12	Gastos semanales	44
13	Nivel de satisfacción	45
14	Aspectos para adquirir pañales	46
15	Daños causados	47
16	Conocimiento de pañales ecológicos	48
17	Compra de pañales ecológicos	49
18	Precio de un pañal ecológico	50
19	Precio de un pañal ecológico	51
20	Marca	52
21	Pañal ecológico	84
22	Sistema de comercialización	88
23	Mapa provincia de Imbabura	91
24	Estructura del capital	93
25	Diseño de las instalaciones	96
26	Proceso de producción	96
27	Proceso productivo	99
28	Flujograma de procesos	100
29	Maquina overlock	103
30	Maquina recubridora	104
31	Maquina recta	104
32	Elasticadora, marca hoseki	105
33	Cortadora	105

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

La ciudad de Ibarra capital de la provincia de Imbabura, se localiza a 120 km de Quito con una población de 139.721 habitantes, está ubicada en el centro sur de la provincia por lo que es la zona de mayor concentración poblacional y desarrollo económico por su clima privilegiado, por lo que es necesario cuidarlo y preservarlo evitando talar árboles. En la actualidad no se ha concienciado a las personas acerca de la prevención del calentamiento global por lo que se sigue contaminando en manera desmedida, es por esto que se ha visto la necesidad de crear una microempresa de producción y comercialización de pañales ecológicos ya que el producto que más basura genera son los pañales desechables y un niño en dos años y medio usa 4.500 pañales, para lo que se talan 5 árboles y cada pañal tarda en descomponerse hasta 500 años.

Hoy, existen alternativas más ecológicas, económicas y saludables como son los pañales ecológicos que combinan la comodidad y practicidad de los desechables con la protección del medio ambiente. Siendo decisión de cada uno el consumir o no este producto pero; si el consumo de pañales desechables aumenta originará varios cambios tanto en el medio ambiente como en el clima debido al exceso de contaminación que estos productos generan, provocando el calentamiento global es así que una de las alternativas para dar solución a este problema es el consumo de pañales ecológicos – reutilizables hechos en base a productos que no son nocivos y que no atentan contra la naturaleza y salud de las personas.

JUSTIFICACIÓN

Este tema de investigación es de gran importancia dentro de la sociedad, en vista de que los padres modernos se han ido involucrando en la

temática acerca del calentamiento global por lo que se han visto en la obligación de aportar con parte de la solución a través de la adquisición de productos ecológicos en este caso evitando el uso o consumo de pañales desechables ya que son uno de los mayores contaminantes ambientales, es por esto que los padres de hoy en día deberían ser parte de la solución y no del problema; por lo que se eligió crear una microempresa de producción y comercialización de pañales ecológicos que además de cuidar la piel de su bebe y generar un ahorro económico también cuidan el medio ambiente. Este proyecto es de interés local ya que todas las investigaciones se harán en la ciudad de Ibarra, los beneficiarios directos son los consumidores del producto generando un ahorro económico y gran satisfacción para los niños que utilicen el pañal por los beneficios que genera el uso.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de pañales ecológicos en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico técnico situacional del entorno del proyecto para identificar aliados, oponentes, riesgos y oportunidades
- Elaborar el Marco Teórico que sustente el proyecto a través de un estudio documental y bibliográfico.
- Realizar un Estudio de Mercado a los padres de bebes entre 0 y 24 meses de edad de la ciudad de Ibarra, para conocer sus necesidades y la aceptación que tendrá el proyecto.
- Realizar un Estudio Técnico que permita conocer la localización de la microempresa y la tecnología a utilizar en la misma.

- Efectuar un Estudio Financiero para determinar si el proyecto es viable desde el punto de vista económico.
- Determinar la Estructura Organizativa así como las funciones de cada miembro de la microempresa.
- Determinar los impactos que generará en la ciudad de Ibarra, la creación de una microempresa de producción y comercialización de pañales ecológicos en los aspectos social, económico, educativo, empresarial y ambiental.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

La ciudad de Ibarra ubicada en la Provincia de Imbabura cuenta con un total de 139.721 habitantes, más conocida como la ciudad a la que siempre se vuelve por su fantástica naturaleza, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes. Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia.

Siendo Ibarra la capital de la provincia de Imbabura, se cataloga como centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador, por lo que se la eligió para realizar un diagnóstico en el cual se demuestre la factibilidad de la creación de una microempresa productora y comercializadora de pañales ecológicos, debido a que uno de los mayores cambios que se han notado en los últimos años es su variabilidad en el clima, ocasionado por la gran cantidad de basura que genera el consumo de artículos desechables, ya que estos tardan varios años en descomponerse, es por esto que se ha tomado la decisión de ser parte de la solución introduciendo al mercado un pañal que sea amigable con el medio ambiente y saludable para la piel de los bebés, ya que es reutilizable con las mismas características y forma de un desechable.

El diagnóstico permitió determinar cómo es actualmente la comercialización de pañales desechables en la ciudad, estableciendo así posibles oportunidades y amenazas sobre la creación de la microempresa, ya que en la actualidad los pañales desechables se han convertido en un producto indispensable en la crianza de los niños y de

mayor consumo, ya que en la actualidad no hay ningún otro producto que pueda reemplazar a estos.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico técnico situacional del entorno del proyecto para identificar aliados, oponentes, riesgos y oportunidades

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el nivel de comercialización y los hábitos de sumo de pañales desechables en la ciudad de Ibarra.
- Analizar la contaminación que genera el consumo de pañales desechables en la ciudad de Ibarra.
- Investigar sobre los aspectos sanitarios ocasionados por el consumo de pañales desechables en la ciudad de Ibarra.
- Conocer la normativa legal que deben cumplir los comerciantes de pañales desechables en la ciudad de Ibarra.

1.3. VARIABLES

Como consecuencia de cada uno de los objetivos diagnósticos se determinó las siguientes:

1.3.1. Comercialización

1.3.2. Contaminación de los pañales clásicos

1.3.3. Aspectos sanitarios

1.3.4. Normativa legal

1.4. INDICADORES

Una vez determinadas las variables diagnósticas, es necesario descomponerlos en sus elementos constitutivos, es decir determinar los subaspectos de cada una de las variables con la finalidad de poder captar información puntual, real y fidedigna; los indicadores en mención son:

- a) Comercialización**
 - 1. Tipos de mercado
 - 2. Formas de comercialización
 - 3. Presentación del producto
 - 4. Oferta y demanda
 - 5. Precios

- b) Contaminación de pañales clásicos**
 - 1. Tiempo de descomposición
 - 2. Material para su elaboración
 - 3. Problemas de reciclado
 - 4. Tasa de consumo

- c) Aspectos sanitarios**
 - 1. Salubridad
 - 2. Alergias
 - 3. Asepsia
 - 4. Tiempo de uso
 - 5. Manipulación

- d) Normativa legal**
 - 1. Registros sanitarios
 - 2. Requisitos de funcionamiento
 - 3. Controles de caducidad
 - 4. Exámenes médicos

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	PÚBLICO
Determinar el nivel de comercialización y los hábitos de consumo de pañales desechables en la ciudad de Ibarra.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipos de mercado ✓ Formas de comercialización ✓ Presentación del producto ✓ Oferta y demanda ✓ Precios 	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Comerciantes Comerciantes Consumidores Cons. y comerc. Consumidores
Conocer la contaminación que genera el consumo de pañales desechables en la ciudad de Ibarra.	Contaminación de pañales clásicos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tiempo de descomposición ✓ Material para su elaboración ✓ Problemas de reciclado ✓ Tasa de consumo 	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Investigación bibliográfica
Determinar las estrategias y técnicas que maneja la competencia para la comercialización de sus productos	Aspectos sanitarios y de salud	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Salubridad ✓ Alergias ✓ Asepsia ✓ Tiempo de uso ✓ Manipulación 	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Comerciantes Consumidores Comerciantes Consumidores Comerciantes
Analizar los riesgos que tiene el establecimiento de una nueva micro empresa de pañales	Normativa legal	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registros sanitarios ✓ Requisitos de funcionamiento ✓ Controles de caducidad ✓ Exámenes médicos 	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Investigación bibliográfica y Municipio de Ibarra

1.6. MECÁNICA OPERATIVA

1.6.1. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

En el diagnóstico se tomó como unidad de análisis a la ciudad de Ibarra de la cual se tuvo como objeto de investigación a los comerciantes de pañales para recopilar información.

1.6.2. MUESTRA

La muestra está conformada por los dueños de locales que comercializan pañales desechables, farmacias y supermercados donde se expende los mismos (ANEXO A) y por los consumidores de pañales de desechables.

- La población conformada por locales de venta exclusiva de pañales son 19 (fuente Municipio de Ibarra)
- La población conformada por farmacias asciende a 58 (fuente Municipio de Ibarra).
- La población conformada por supermercados es de 10 (fuente Municipio de Ibarra).

De las poblaciones anteriores por ser menores a cien se aplicara un censo.

- La población conformada por los padres de familia es de 2736 (fuente INEC: niños nacidos vivos dentro de las parroquias urbanas de la ciudad) por lo que se hará el cálculo de la muestra utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N^2 \sigma^2 \cdot Z^2}{(N - 1)E^2 + \sigma \cdot Z^2}$$

En donde:

n= tamaño de la muestra o número de elemento a investigarse

N= universo o población bajo estudio

σ^2 = varianza = 0.25 tomando de referencia la desviación estándar 0.5

Z= nivel de confianza del 95% equivalente a 1.96

E= error maestro 0.05

Aplicando la fórmula matemática y cambiando el error maestro tenemos:

$$n = \frac{(2736) (0,25) (1,96^2)}{(2736-1) (0,05^2) + (0,25) (1,96^2)}$$

$$n = \frac{656.91}{7.08}$$

n= 93

1.6.3. INFORMACIÓN PRIMARIA

Para la información primaria se utilizará como instrumento de recolección de información la encuesta diseñada en base a las variables y sus indicadores, la misma que será aplicada a todos los comerciantes de pañales desechables de la ciudad de Ibarra.

1.6.4. INFORMACIÓN SECUNDARIA

La información secundaria se obtuvo en base a la revisión de investigaciones existentes similares al tema de estudio en:

- Documentos
- Revistas
- Internet.

1.7. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

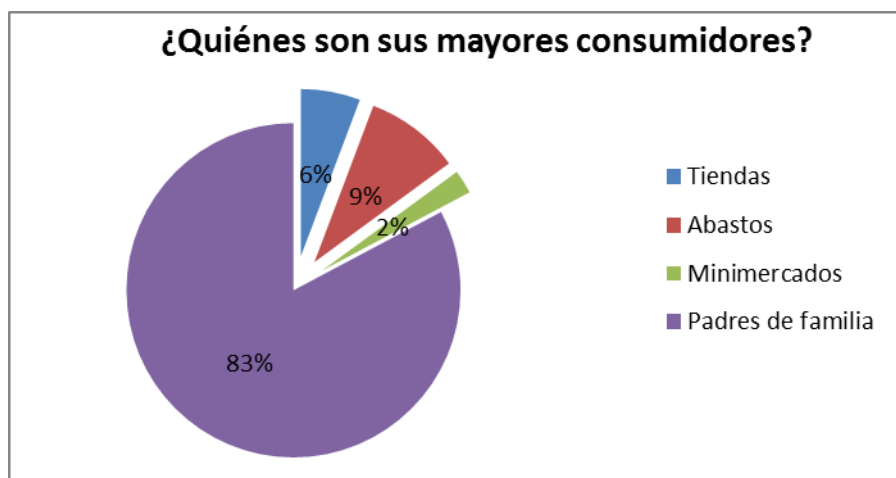
1.7.1. Encuesta aplicada a los comerciantes de pañales desechables en la ciudad de Ibarra (ANEXO B)

1. ¿Quiénes son sus mayores consumidores?

Cuadro N° 1. Consumidores

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Tiendas	5	6%
Abastos	8	9%
Minimercados	2	2%
Padres de familia	72	83%
TOTAL	87	100%

Gráfico N° 1. Consumidores



Fuente: Comerciantes de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

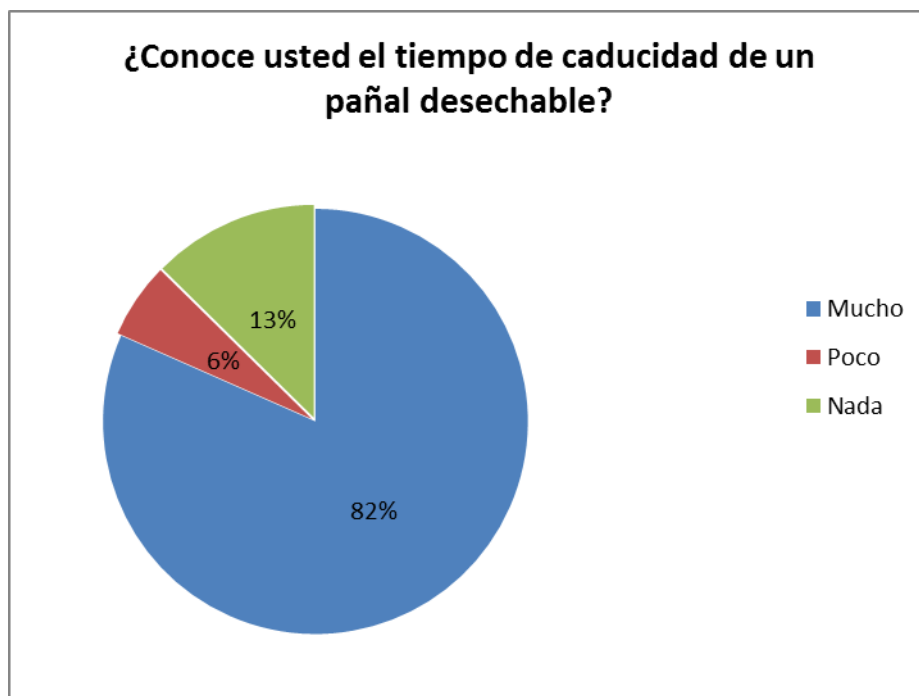
Análisis: de acuerdo al gráfico se pudo conocer que la mayor parte de consumidores de pañales desechables son los padres de familia con un gran porcentaje seguido por los abastos, tiendas y Minimercados con un mínimo porcentaje ya que ellos adquieren de forma directa a los distribuidores de pañales desechables de cada marca.

2. ¿Conoce usted el tiempo de caducidad de un pañal desechable?

Cuadro N° 2. Tiempo de Caducidad

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Mucho	71	82%
Poco	5	6%
Nada	11	13%
TOTAL	87	100%

Gráfico N° 2. Tiempo de Caducidad



Fuente: Comerciantes de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

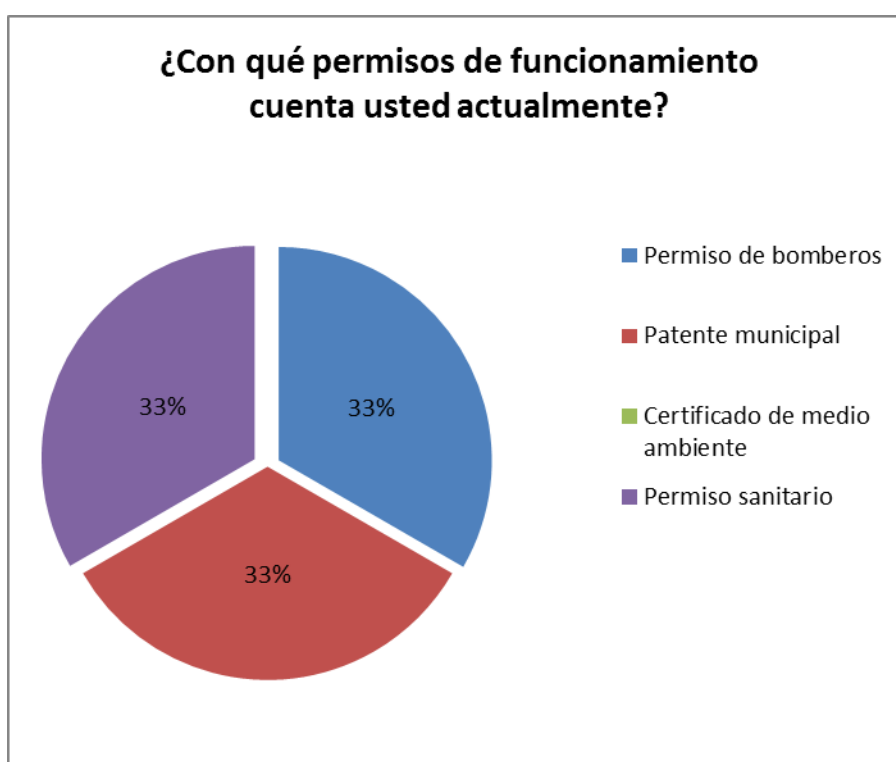
Análisis: la mayor parte de los encuestados tienen mucho conocimiento acerca del tiempo de caducidad de un pañal desechable el cual es de dos años, un mínimo porcentaje manifestaron que es de tres años y otros que desconocen totalmente el tiempo de caducidad por lo que no toman ningún tipo de medida preventiva para su venta.

3. ¿Con qué permisos de funcionamiento cuenta usted actualmente?

Cuadro N° 3. Permisos de Funcionamiento

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Permiso de bomberos	29	33.33%
Patente municipal	29	33.33%
Certificado de medio ambiente	-	0%
Permiso sanitario	29	33.33%
TOTAL	87	100%

Gráfico N° 3. Permisos de Funcionamiento



Fuente: Comerciantes de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

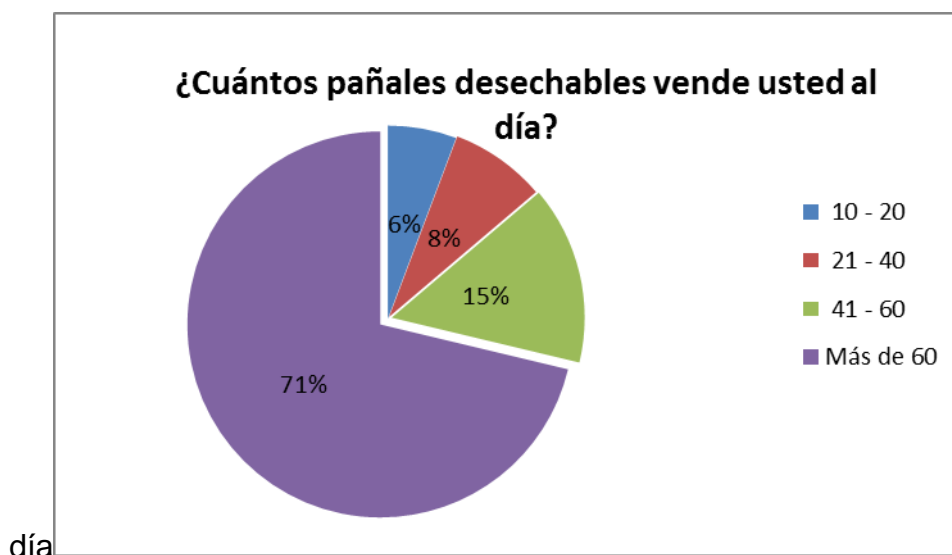
Análisis: de los resultados obtenidos mediante la encuesta se pudo conocer que todos los locales de venta de pañales, farmacias y supermercados cuenta con los tres permisos fundamentales que son la patente municipal, permiso de bomberos y el Permiso sanitario, por lo que todos sus permisos están completos y en orden, puesto que todos estos permisos se obtienen antes de la apertura de un nuevo local.

4. ¿Cuántos pañales desechables vende usted al día?

Cuadro N° 4. Ventas por día

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
10 - 20	5	6%
21 - 40	7	8%
41 - 60	13	15%
Más de 60	62	71%
TOTAL	87	100%

Gráfico N° 4. Ventas por



Fuente: Comerciantes de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

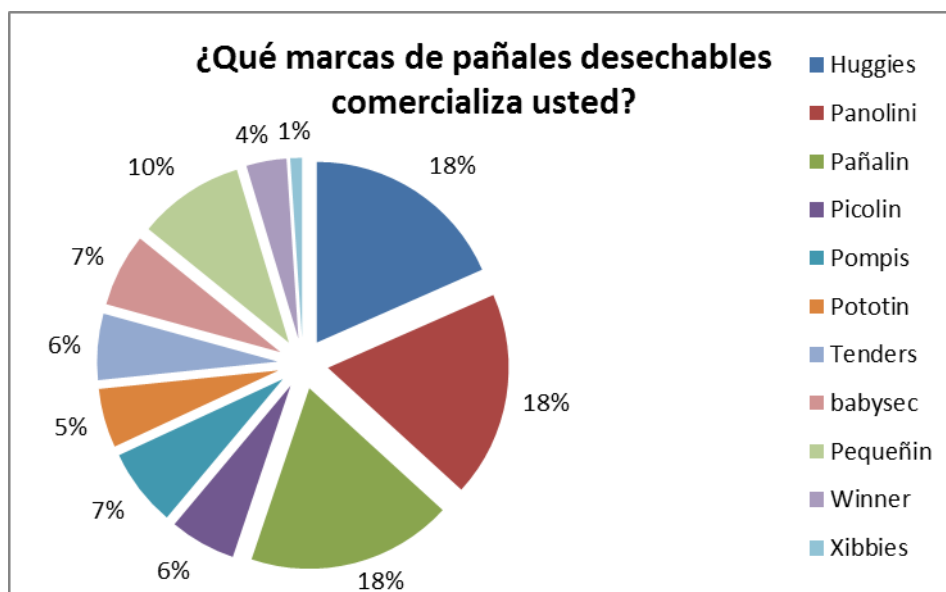
Análisis: mediante la encuesta realizada se pudo conocer que un gran porcentaje de la población encuestada correspondiente a negocios de venta exclusiva de pañales, supermercados y farmacias grandes ubicadas en el centro de la ciudad sus ventas diarias superan los 200 pañales, con lo cual se puede determinar que la venta de los mismos es muy rentable ya que sus ventas no disminuyen sino que van en aumento, y un mínimo porcentaje aducen que sus ventas diarias oscilan entre 10 y 60 pañales al día.

5. ¿Qué marcas de pañales desechables comercializa usted?

Cuadro N° 5. Marcas de pañales

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Huggies	87	18%
Panolini	87	18%
Pañalin	87	18%
Picolin	28	6%
Pompis	33	7%
Pototin	25	5%
Tenders	28	6%
babysec	31	7%
Pequeñin	45	10%
Winner	17	4%
Xibbies	5	1%
TOTAL	473	100%

Gráfico N° 5. Marcas de pañales



Fuente: Comerciantes de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

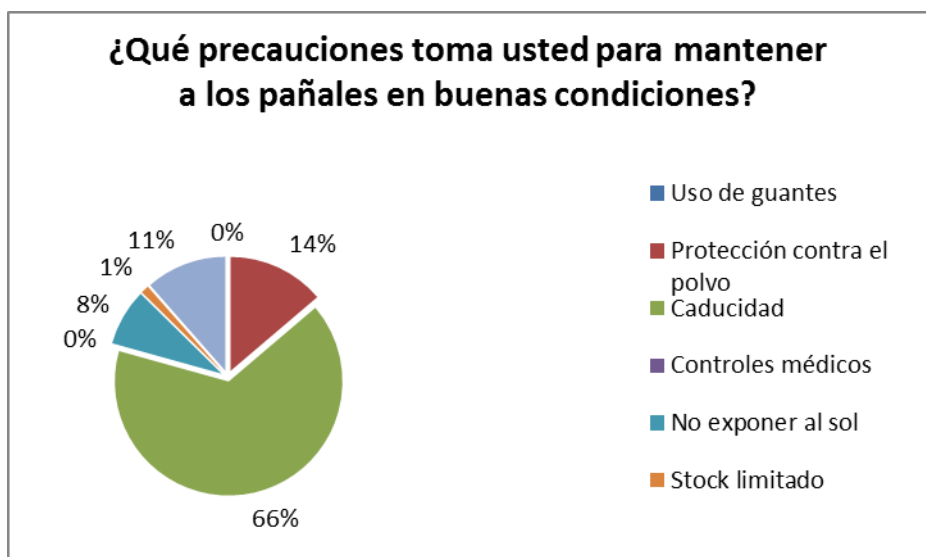
Análisis: en el cuadro anterior se puede identificar las marcas que existen en el mercado, aquellas que se venden en todos los locales de expendio de los mismos por ser las de mayor aceptación y también las marcas que se las encuentran en lugar determinado.

6. ¿Qué precauciones toma usted para mantener a los pañales en buenas condiciones?

Cuadro N° 6. Precauciones

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Uso de guantes	-	0%
Protección contra el polvo	12	14%
Caducidad	57	66%
Controles médicos	-	0%
No exponer al sol	7	8%
Stock limitado	1	1%
Ninguna	10	11%
TOTAL	87	100%

Gráfico N° 6. Precauciones



Fuente: Comerciantes de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

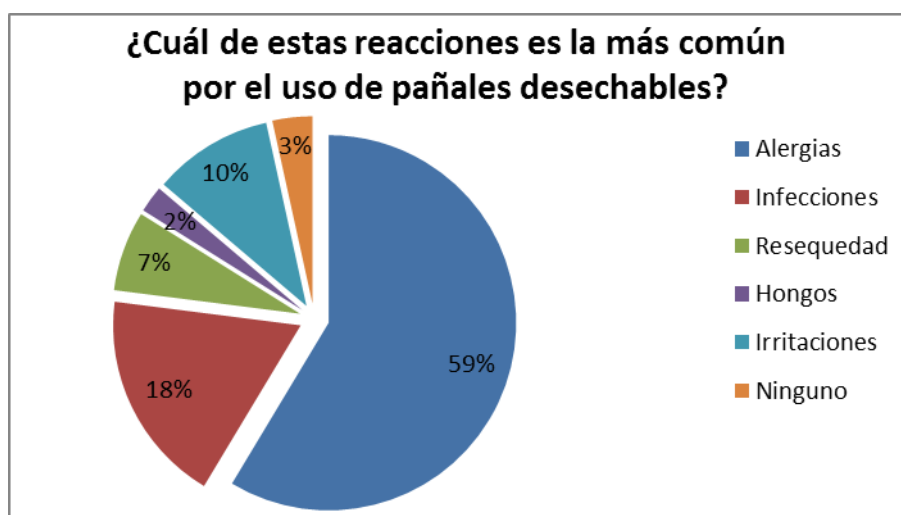
Análisis: los resultados permitieron conocer que la mayor parte de comerciantes toman precauciones para mantener en buenas condiciones los pañales desechables como revisión de caducidad, limpieza en las estanterías, no exposición al sol pero también hay quienes aducen que los pañales vienen correctamente empacados manteniéndose en buenas condiciones, sin necesidad de tener ningún tipo de cuidado.

7. ¿Cuál de estas reacciones es la más común por el uso de pañales desechables?

Cuadro N° 7. Reacciones más comunes

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Alergias	51	59%
Infecciones	16	18%
Resequedad	6	7%
Hongos	2	2%
Irritaciones	9	10%
Ninguno	3	3%
TOTAL	87	100%

Gráfico N° 7. Reacciones más comunes



Fuente: Comerciantes de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

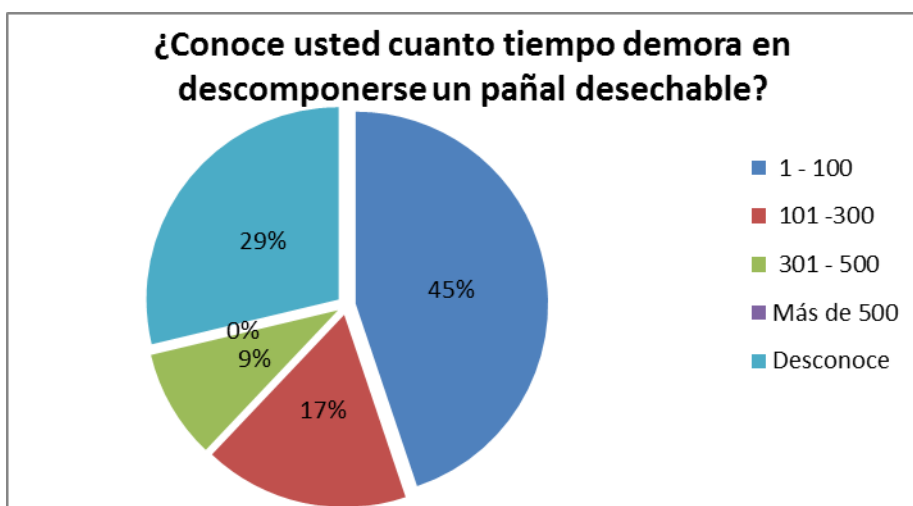
Análisis: mediante la aplicación de encuestas se determinó que el uso de pañales desechables causan algunas reacciones negativas en quienes los usan una de las más comunes son las alergias, infecciones, irritaciones y resequedad, pero también hay quienes aducen que el uso de estos productos no generan ningún tipo de reacción. Por lo que se concluye que en su mayoría quienes los han usado les ha generado algún tipo de enfermedad..

8. ¿Conoce usted cuanto tiempo demora en descomponerse un pañal desechable?

Cuadro N° 8. Tiempo de descomposición de un pañal

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
1 - 100	39	45%
101 -300	15	17%
301 - 500	8	9%
Más de 500	-	0%
Desconoce	25	29%
TOTAL	87	100%

Gráfico N° 8. Tiempo de descomposición de un pañal



Fuente: Comerciantes de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

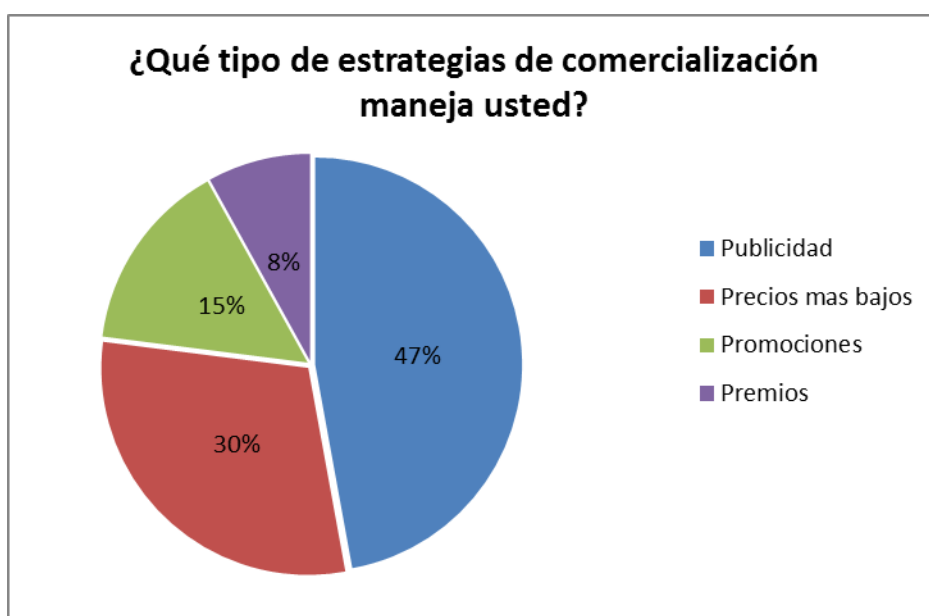
Análisis: mediante los resultados obtenidos se determinó que en su mayoría los comerciantes no saben el tiempo exacto de descomposición de un pañal, saben que permanecen años en los basureros pero no en que magnitud mientras q un mínimo porcentaje desconoce totalmente cuanto tiempo pasa para que un pañal se desintegre, es por esto que la falta de conocimiento hace que las personas sigan consumiendo estos productos porque no saben lo perjudiciales que pueden llegar a ser tanto para la salud de las personas como para el medio ambiente al conocer el daño que generan pero no por cuanto tiempo.

9. ¿Qué tipo de estrategias de comercialización maneja usted?

Cuadro N° 9. Estrategias de comercialización

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Publicidad	41	47%
Precios mas bajos	26	30%
Promociones	13	15%
Premios	7	8%
TOTAL	87	100%

Gráfico N° 9. Estrategias de comercialización



Fuente: Comerciantes de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

Análisis: la aplicación de la encuesta permitió determinar que todos los comerciantes manejan estrategias de comercialización como publicidad que cada marca de pañal entrega a sus distribuidores, o también precios más bajos, promociones por la compra de cierto volumen de pañales y en su minoría hacen tomas de local cada quince días en la cual regalan premios y hacen sorteos para aumentar sus ventas, pero esto no sería totalmente necesario ya que los pañales desechables se venden sin necesidad de publicitarlos tanto ya que en la actualidad se han convertido en un producto de primera necesidad para los padres de familia.

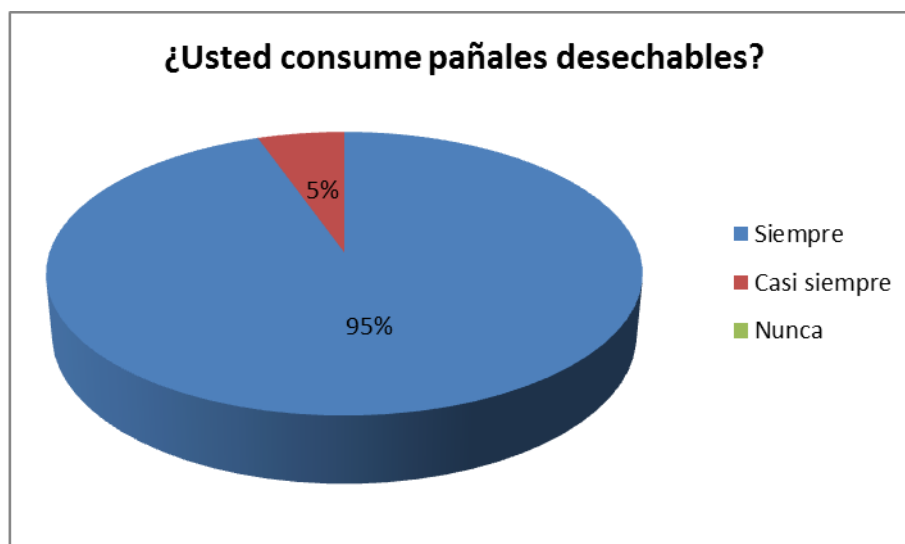
1.7.2. Encuesta aplicada a los consumidores de pañales desechables en la ciudad de Ibarra (ANEXO C)

1. ¿Usted consume pañales desechables?

Cuadro N° 10. Frecuencia de consumo

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Siempre	87	95%
Casi siempre	5	5%
Nunca	-	0%
TOTAL	92	100%

Gráfico N° 10. Frecuencia de consumo



Fuente: Consumidores de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

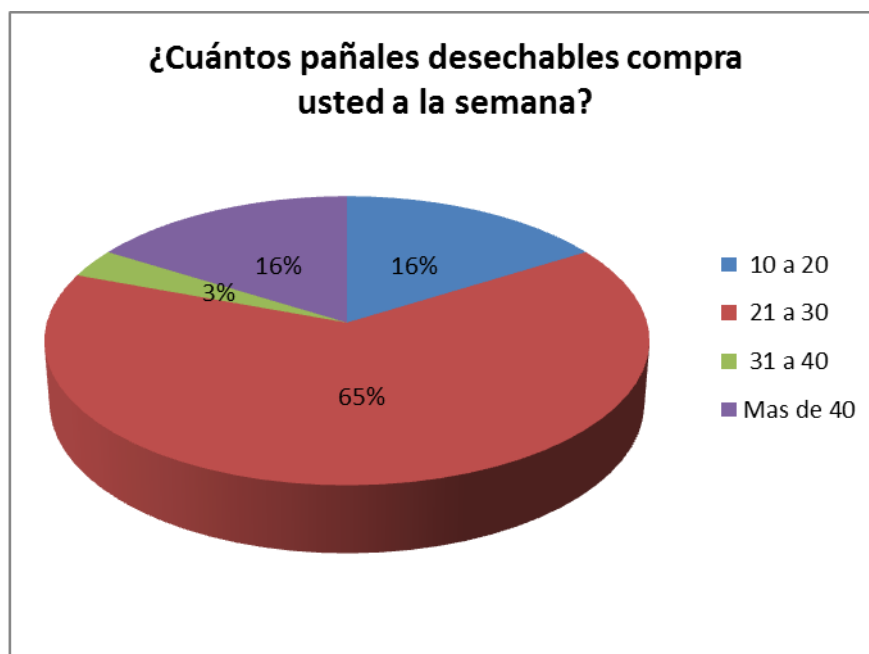
Análisis: de los resultados obtenidos en la encuesta se llegó a determinar que toda la población compren pañales desechables por la comodidad que estos brindan pero hay un mínimo porcentaje que todavía usan los pañales de tela antiguos mientras están en la casa con sus bebés debido al alto costo que representa la adquisición de los mismos de forma permanente, es por esto que han optado por el uso de los dos tipos de pañales para así disminuir un poco sus gastos.

2. ¿Cuántos pañales desechables compra usted a la semana?

Cuadro N° 11. Pañales semanales

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
10 a 20	5	16%
21 a 30	20	65%
31 a 40	1	3%
Mas de 40	5	16%
TOTAL	31	100%

Gráfico N° 11. Pañales semanales



Fuente: Consumidores de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

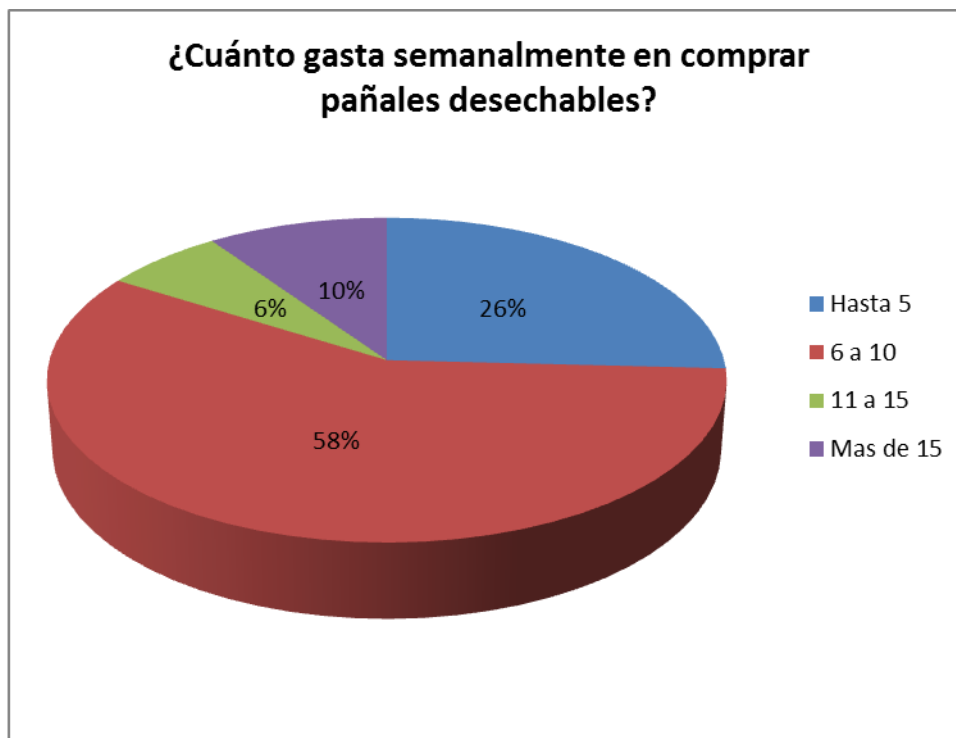
Análisis: mediante la encuesta aplicada se pudo determinar que un gran porcentaje de la población ocupa entre 21 y 40 pañales semanales, mientras que un pequeño porcentaje usa más de 40 pañales o menos de 20 pero esto también depende de la edad del bebe si son recién nacidos o si ya están en época de abandono del pañal, o también en aquellos casos donde aún ocupan el pañal de tela de forma esporádica, con lo que se pudo conocer que un bebe usa entre tres y cuatro pañales diarios.

3. ¿Cuánto gasta semanalmente en comprar pañales desechables?

Cuadro N° 12. Gastos semanales

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Hasta 5	24	26%
6 a 10	54	58%
11 a 15	6	6%
Mas de 15	9	10%
TOTAL	93	100%

Gráfico N° 12. Gastos semanales



Fuente: Consumidores de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

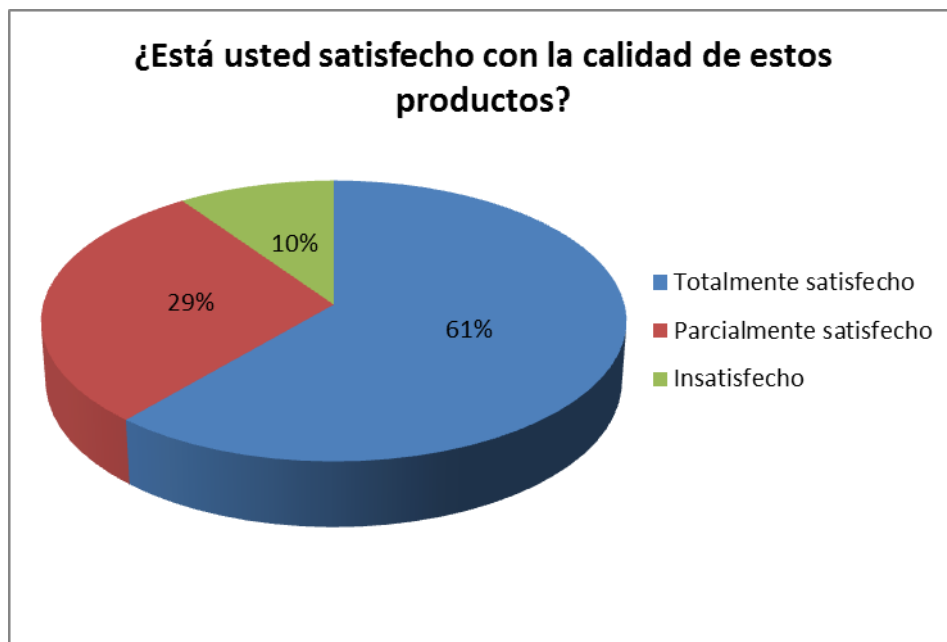
Análisis: como se puede observar en el gráfico el gasto semanal por la compra de pañales en su mayoría están entre 5 y 15 dólares, este gasto depende de la marca del pañal y la edad del bebe, pero aun así tomando en cuenta que un bebe usa pañal durante sus dos primeros años de vida este pequeño gasto a la larga representa una gran inversión.

4. ¿Está usted satisfecho con la calidad de estos productos?

Cuadro N° 13. Nivel de satisfacción

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Totalmente satisfecho	57	61%
Parcialmente satisfecho	27	29%
Insatisfecho	9	10%
TOTAL	93	100%

Gráfico N° 13. Nivel de satisfacción



Fuente: Consumidores de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

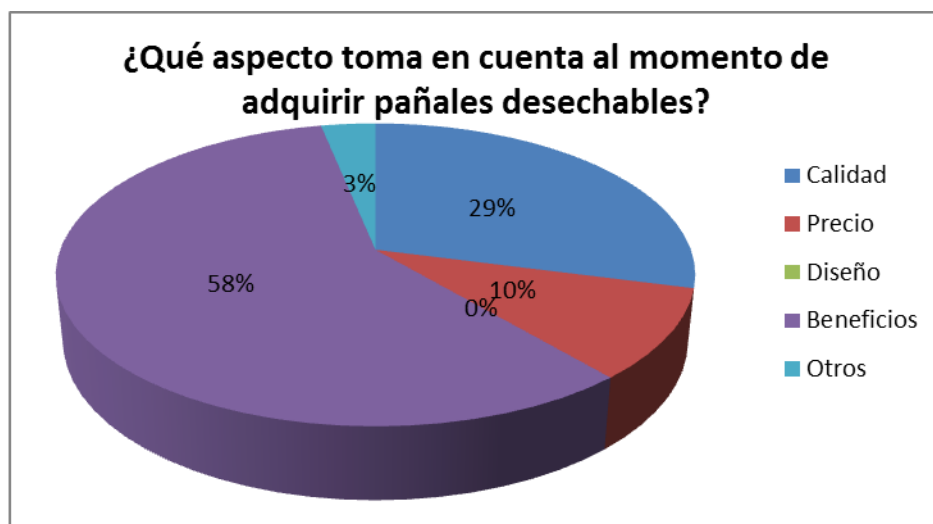
Análisis: la mayor parte de la población indica que está totalmente satisfecho con la calidad de estos productos y con los beneficios y comodidad que estos brindan a quienes los adquieren, mientras que un pequeño porcentaje no están totalmente satisfechos debido a las reacciones negativas que produce en la piel del bebe pero los siguen usando porque no hay otra alternativa dentro del mercado que pueda satisfacer sus expectativas totalmente.

5. ¿Qué aspecto toma en cuenta al momento de adquirir pañales desechables?

Cuadro N° 14. Aspectos para adquirir pañales

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Calidad	27	29%
Precio	9	10%
Diseño	-	0%
Beneficios	54	58%
Otros	3	3%
TOTAL	93	100%

Gráfico N° 14. Aspectos para adquirir pañales



Fuente: Consumidores de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

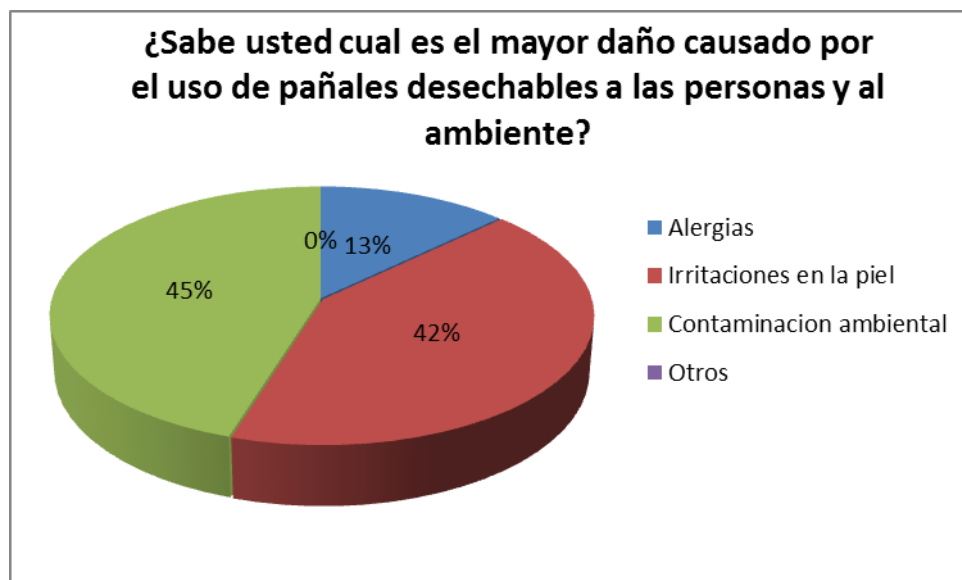
Análisis: la mayor parte de la población encuestada compra pañales desechables por los beneficios que estos brindan como la comodidad, muy pocos toman en cuenta la calidad pero si el precio ya que su costo unitario no es alto pero si se toma en cuenta la cantidad de pañales que usa un bebe durante sus dos primeros años de vida representa un gasto muy elevado, otro aspecto tomado en cuenta es que haya pañales de etapa prematura lo que no se encuentra en todas las marcas.

6. ¿Sabe usted cual es el mayor daño causado por el uso de pañales desechables a las personas y al ambiente?

Cuadro N° 15. Daños causados

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Alergias	12	13%
Irritaciones en la piel	39	42%
Contaminación ambiental	42	45%
Otros	-	0%
TOTAL	93	100%

Gráfico N° 15. Daños causados



Fuente: Consumidores de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

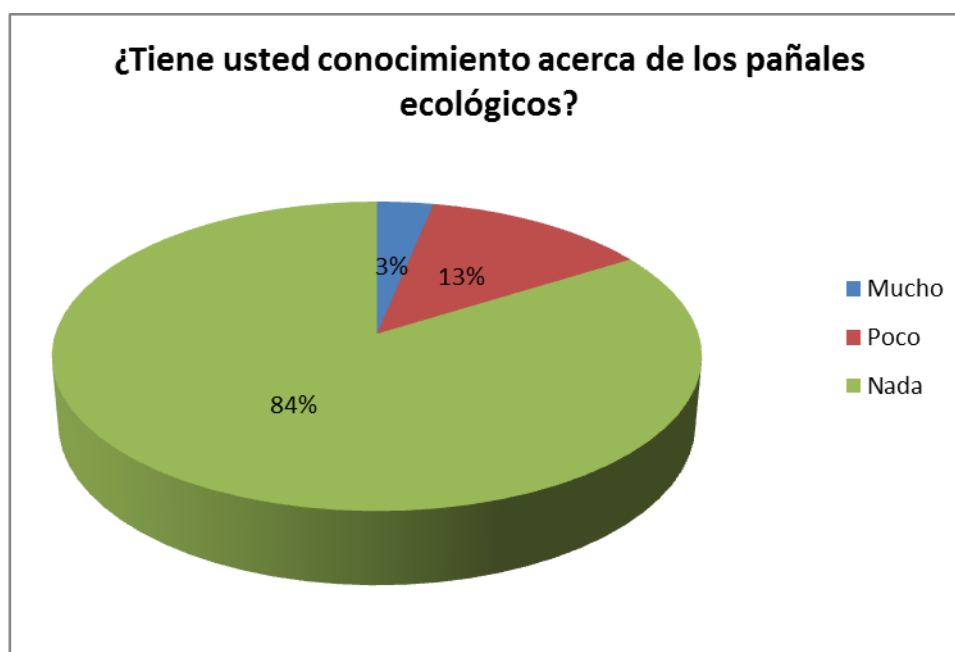
Análisis: mediante la encuesta aplicada se pudo determinar que el un gran porcentaje de la población han tenido problemas de infecciones en la piel del bebe como alergias e irritaciones por lo que no están totalmente conformes con estos productos, además otro de los daños causados por su consumo es la contaminación ambiental la cual es provocada por el exceso de basura y por los gases tóxicos que emanan estos productos los cuales también son perjudiciales para la salud de las personas ya que pueden provocar enfermedades como virus o problemas en la piel .

7. ¿Tiene usted conocimiento acerca de los pañales ecológicos?

Cuadro N° 16. Conocimiento de Pañales ecológicos

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Mucho	3	3%
Poco	12	13%
Nada	78	84%
TOTAL	93	100%

Gráfico N° 16. Conocimiento de Pañales ecológicos



Fuente: Consumidores de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

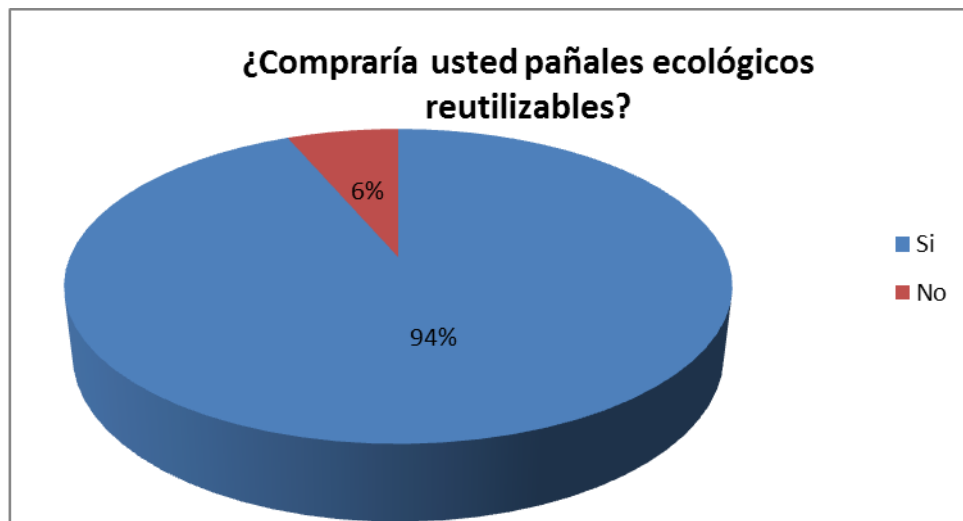
Análisis: mediante la aplicación de encuestas se determinó que gran porcentaje de la población no tiene conocimiento de los pañales ecológicos reutilizables motivo por el cual aún siguen usando los desechables y porque en el mercado no hay en grandes cantidades, su venta es muy limitada y su costo es muy elevado, una mínima parte conocen o han escuchado a cerca de esta nueva alternativa en pañales solo que no se arriesgan a comprarlos porque no saben cómo usarlos por lo que han decidido seguir usando los pañales comunes.

8. ¿Compraría usted pañales ecológicos reutilizables:

Cuadro N° 17. Compra de Pañales ecológicos

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Si	87	94%
No	6	6%
TOTAL	93	100%

Gráfico N° 17. Compra de Pañales ecológicos



Fuente: Consumidores de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

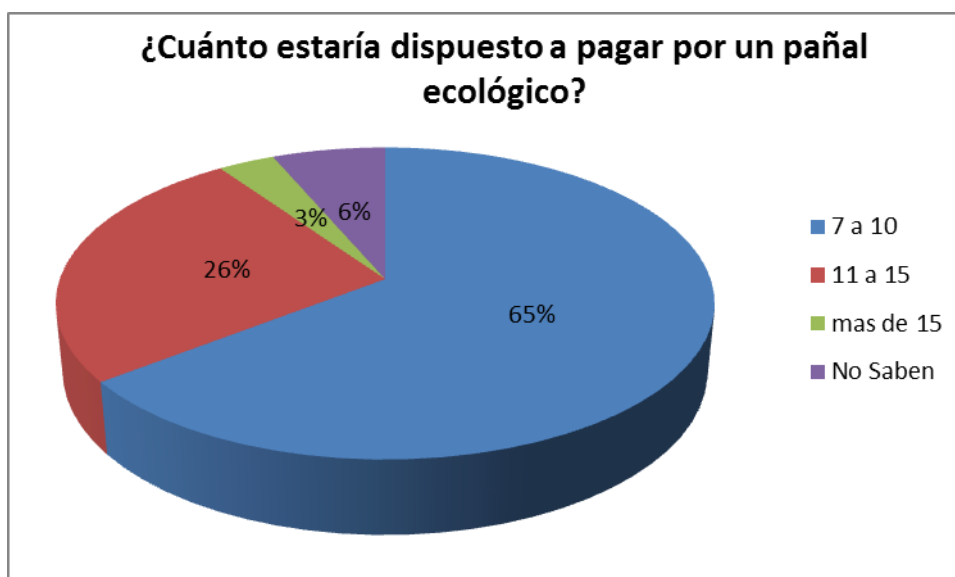
Análisis: es satisfactorio conocer que los resultados obtenidos en su mayoría son positivos para la conformación de la nueva microempresa en vista de que la mayoría de la población encuestada le gustaría adquirir pañales ecológicos reutilizables ya que están preocupados por los daños provocados y esta es una alternativa saludable tanto para el planeta como para quienes los usan, además porque la inversión en estos pañales seriade un 20% en comparación al gasto que representa comprar pañales desechables, un mínimo porcentaje no los comprarían porque no les gustaría lavar los mismos y están muy acostumbrados a la comodidad que los desechables les proporcionan.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pañal ecológico?

Cuadro N° 18. Precio de un pañal ecológico

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
7 a 10	60	65%
11 a 15	24	26%
mas de 15	3	3%
No Saben	6	6%
TOTAL	93	100%

Gráfico N° 18. Precio de un pañal ecológico



Fuente: Consumidores de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

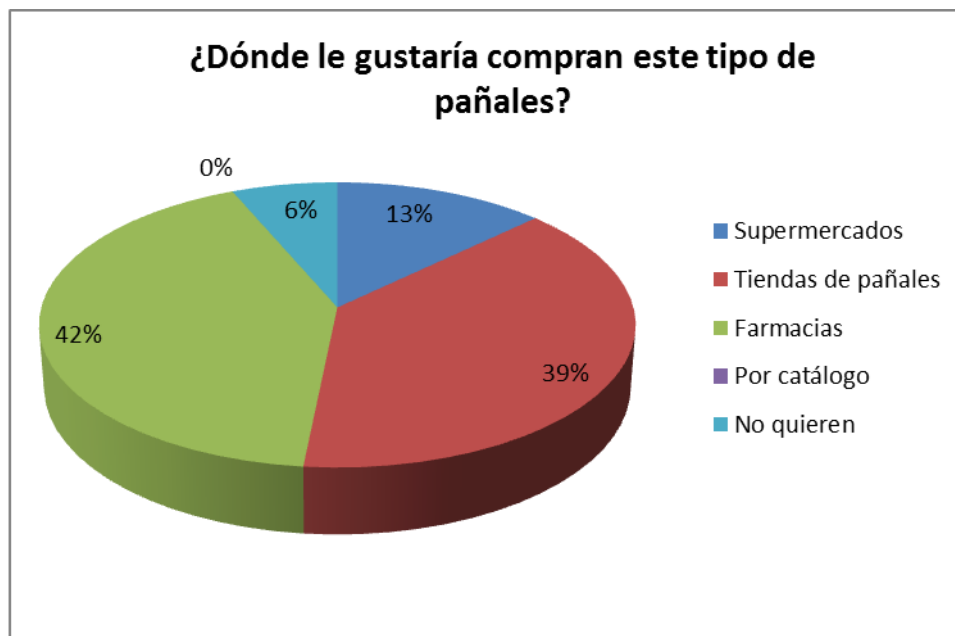
Análisis: el precio que pagarían los consumidores de pañales ecológicos sería entre 7 y 10 dólares en su mayoría, pero hubo quienes manifestaron que si el pañal es de buena calidad y que a su vez con su consumo se cuida del medio ambiente pagarían hasta 15 dólares, pero así mismo hay quienes no pueden darle un costo a un pañal ya que compran con el costo de un desechable y creen que es un producto similar y que solo debería costar un poco más del que actualmente usa y porque aún no conocen el producto y la imagen mental que ellos tienen del nuevo pañal es la telita tradicional utilizada antiguamente.

10. ¿Dónde le gustaría comprar este tipo de pañales?

Cuadro N° 19. Lugares de venta

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Supermercados	12	13%
Tiendas de pañales	36	39%
Farmacias	39	42%
Por catálogo	-	0%
No quieren	6	6%
TOTAL	93	100%

Gráfico N° 19. Lugares de venta



Fuente: Consumidores de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

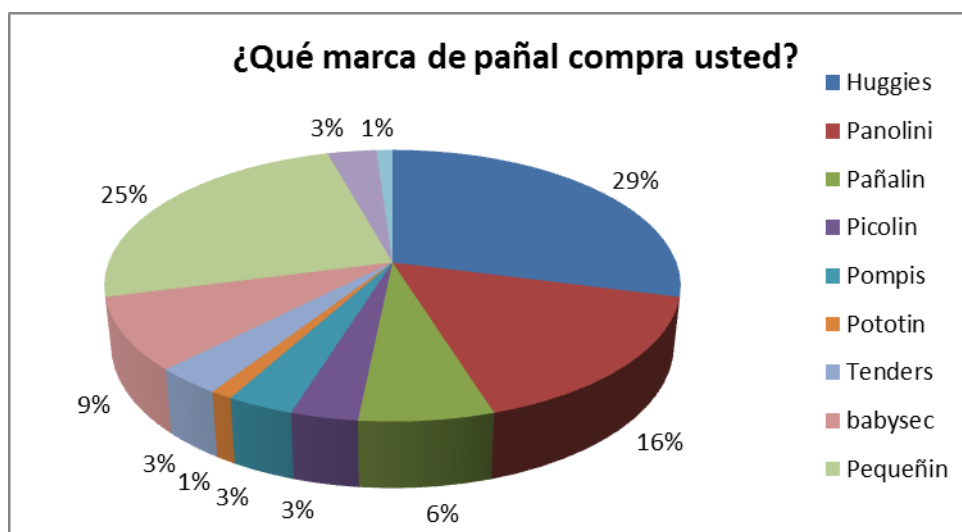
Análisis: de los resultados obtenidos en la encuesta se llegó a determinar que un alto porcentaje quisieran que los pañales sean vendidos en farmacias lo cual les permitiría confiar más en el producto, otros los comprarían en las tiendas de pañales comunes y supermercados es por esto que se deberían vender en todos los lugares donde se ofertan pañales desechables y que puedan estar al alcance de todos los consumidores.

11. ¿Qué marca de pañal compra usted?

Cuadro N° 20. Marca

CATEGORIA	FRECUENCIA	%
Huggies	27	29%
Panolini	15	16%
Pañalin	6	6%
Picolin	3	3%
Pompis	3	3%
Pototin	-	0%
Tenders	3	3%
babysec	9	10%
Pequeñin	24	26%
Winner	3	3%
Xibbies		0%
TOTAL	93	100%

Gráfico N° 20. Marca



Fuente: Consumidores de pañales desechables en Ibarra

Elaborado por: La autora de la investigación

Análisis: como se puede conocer en el gráfico anterior hay ciertas marcas que tienen mayor aceptación por su calidad, pero así mismo varían sus precios, la compra de una u otra marca depende de los consumidores de acuerdo a su nivel económico o sus exigencias.

1.8. Matriz AOOR

1.8.1. Aliados

Materia prima de fácil acceso y disponibilidad de mano de obra calificada.

Ubicación estratégica de la microempresa.

Campañas ecológicas frecuentes.

Importante aporte a la comunidad por su compromiso con el medio ambiente.

1.8.2. Oportunidades

Mejorar la calidad de vida de él bebe.

Fomentar la competitividad.

Creación de más productos ecológicos afines al producto.

Alianzas estratégicas con entidades comprometidas con el cuidado del medio ambiente.

1.8.3. Oponentes

Incursión de competidores de manera rápida.

Fluctuaciones en el precio del algodón.

Avances científicos que resuelvan la problemática ambiental que representan los pañales descartables.

1.8.4. Riesgos

Prejuicios sobre la reutilización de pañales.

Posibilidad de filtraciones si el pañal no absorbe debidamente.

Lenta concientización social sobre la problemática ambiental.

Falta de políticas fuertes contra el daño al medio ambiente.

1.9. Determinación de la oportunidad

Luego de haber realizado el diagnóstico se llegó a determinar aliados, oportunidades, oponentes y riesgos, lo que permite conocer la situación actual sobre la comercialización de pañales desechables y a lo que se podría enfrentar la creación de la nueva microempresa, respecto de la alta competencia que representan los pañales descartables y la falta de concientización sobre el uso de estos productos y los daños que pueden ocasionar, tanto al medio ambiente como a los bebés, la mayor parte de consumidores y comerciantes saben las consecuencias del uso de estos pañales, pero los comerciantes solo mantienen su interés por vender sus productos más no por el bienestar de quienes los consumen, ya que este negocio es muy rentable porque los pañales se han convertido en un producto de primera necesidad y que se ofertan o están al alcance de cualquier consumidor en variedad de precios y marcas, de acuerdo a nivel económico de cada persona y además porque no hay otro artículo que reemplace a estos y que sea de mayor beneficio tanto para el consumidor y como para el medio ambiente, es por esto que la producción y comercialización de pañales ecológicos tendrían gran aceptación ya que su inversión es mucho más económica a largo plazo y porque también no causan infecciones en la piel del bebé y su material a utilizar es amigable con el medio ambiente, considerando una gran amenaza la incursión de la competencia en el mercado con el mismo producto por lo que hay que innovar cada día y buscar la mejora continua a través de la creación de productos de calidad que cumplan con las expectativas de los consumidores.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. LA MICROEMPRESA

La microempresa se originó debido a las reestructuraciones en varios países, naciendo de la necesidad de los sectores de menor poder económico, excluidos del empleo para obtener ingresos que les permitiera asegurar sus necesidades básicas.

2.1.1. CONCEPTO

Según el autor (Bedón, 2006, pág. 77) en su libro La Microempresa define a la misma como: *“Una de las manifestaciones objetivas de la creatividad y del espíritu empresarial del ser humano, a través del cual expone, desarrolla y realiza la capacidad intelectual y física para generar bienes y servicios destinados a satisfacer sus necesidades y de la comunidad”*.

La microempresa es una unidad económica mínima que nace de la necesidad de los sectores con menor poder adquisitivo y por iniciativa propia, por ende se la crea con el fin de mejorar los ingresos o aprovechar las destrezas o habilidades que caracteriza a las personas a través de la producción de bienes y servicios. Es decir la microempresa es la realización del emprendimiento humano como proyección del talento, iniciativa, voluntad y acción creadora de su fundador.

Según el autor (Alcuácer, 2006) en su proyecto de Tesis “Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora y

comercializadora de ropa de trabajo en la ciudad de Ibarra” manifiesta lo siguiente:

2.1.2. OBJETIVOS: son los siguientes:

- *“Mejorar los niveles de vida de quienes la integran*
- *Aumentar la productividad de los puestos de trabajo, los ingresos, la capacidad de ahorro e inversión.*
- *Elevar la contribución de la microempresa al producto nacional*
- *Fortalecer la organización de la microempresa*
- *Facilitar su acceso al crédito para capital de trabajo e inversión.*
- *Promover el desarrollo y crecimiento del microempresario mediante el apoyo y capacitación al mismo”.*

Los objetivos de la microempresa son un desafío ya que trata de identificar oportunidades aun en condiciones más fugaces e inesperadas con el fin de mejorar el estilo de vida mediante el trabajo honrado y la generación de empleo, a través de la utilización adecuada de los recursos, invirtiendo capital con el riesgo de perder o ganar.

2.1.3. CARACTERÍSTICAS: Las características son:

- *“La mayoría de las pequeñas empresas tienden a no cambiar su lugar de operaciones, se mantienen donde iniciaron.*
- *El mercado local o regional es el objetivo predominante de la microempresa*
- *La microempresa crece principalmente a través de la reinversión de utilidades*
- *Las actividades se concretan en el dueño de la microempresa quien está encargado de ejercer el control y dirección general de la misma”.*

Es decir la microempresa trata de conservar su mercado y desea tener una relación estrecha con su clientela, ya que el dueño estima que este le será fiel por mucho tiempo, dependiendo de la habilidad del microempresario para ofrecer un producto o servicio excelente o de mejor calidad en el mercado particular y así definirlo en términos geográficos enfocados al mercado local. La microempresa en la actualidad cuenta con el apoyo técnico y financiero significativo de instituciones gubernamentales.

2.1.4. VENTAJAS: son las siguientes:

- *“Sencillez*
- *Flexibilidad*
- *Relaciones directas*
- *Requiere bajos niveles de inversión*
- *Crea empleos de inmediato a bajo costo*
- *Permite mayor libertad de acción*
- *Existe mayor facilidad para su manejo”.*

La microempresa cuenta con algunas ventajas ya que contempla los negocios pertenecientes a ramas propiamente modernas o con amplia generación de excedente, división estructural del trabajo y empleo de mano de obra calificada, en donde el propietario de la microempresa resuelve los problemas, y la toma de decisiones es mucho más rápida, existiendo una relación directa entre el dueño de la microempresa con sus trabajadores y/o clientes para su mejor entendimiento.

2.1.5. DESVENTAJAS

a) En el ámbito personal

- *“Defectos de personalidad del microempresario*
- *No tener control adecuado sobre sus gastos*
- *Ampliación innecesaria o imprudente del crédito*
- *Expansión excesiva a corto plazo”.*

b) En cuanto a su tamaño

- *“Dificulta para lanzar nuevos productos*
- *Limitación de índice financiero*
- *Dimensiones económicas de los microempresarios*
- *Limitación de obtener descuentos”*

2.1.6. CLASIFICACIÓN: se clasifica por:

a. Su objeto

- Industrial o de transformación: *“aquellas que compran bienes o materias primas, sometiéndolas a un proceso de transformación para su venta”.*
- Comercial: *“buscan utilidad a través de la compra y venta de productos”.*
- De servicios: *“se dedican a brindar ayuda o asistencia a cambio de una remuneración”.*

b. Su organización

- Individuales: *“aquellas que se constituyen por una sola persona”*
- De sociedad: *“están conformadas por más de una persona a través de un convenio o aporte para conformar el negocio”.*

2.1.7. RELACIÓN ENTRE LA INSTITUCIÓN FINANCIERA Y EL MICROEMPRESARIO

“El crédito es una relación de mutua confianza y reciprocidad, el microempresario debe conocer a la institución financiera con la cual va a convenir”.

Es indispensable que cuente con información que le permita analizar la situación financiera como son los estados financieros de los bancos o cooperativas que generalmente son publicados en la prensa de mayor circulación. El microempresario debe también ver las conveniencias de operar con una u otra institución en base a las ventajas, beneficios, seguridades que ofrecen frente a los costos, requisitos y condiciones.

2.1.8. EVOLUCIÓN DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA TEXTIL EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

La actividad textil en la provincia de Imbabura se remonta a los tiempos precolombinos, con tejidos de gran calidad estética y de manufactura. Aún existen en algunas comunidades indígenas de nuestra región, los ejemplares rústicos de telar familiar, verdaderos focos de producción de la calidad artística de nuestros indígenas.

Nuestros habitantes norteños se inclinaron por los tejidos con la utilización de máquinas manuales. Con el incremento del mercado para los productos textiles, se hace necesaria la adquisición de maquinaria semielectrónica extranjera, la cual es adquirida con la ayuda de la banca Nacional.

Una de las características principales de la pequeña industria es no contar o no utilizar tecnología de punta, utiliza mano de obra semicalificada y el producto es de mediana calidad en referencia a su acabado. Es por esto que deberían mejorar sus procesos, usando mejor tecnología y capacitando a sus trabajadores.

2.2. PAÑALES

2.2.1. CONCEPTO DE PAÑAL

Según el Diccionario de la lengua española (Diccionario de la lengua Española, 2012) el pañal es: *“Una tira de tela o celulosa absorbente que se pone a los niños pequeños o a las personas que sufren incontinencia de orina”*.

2.2.2. HISTORIA DEL PAÑAL

Según el autor (Velsid, 2005) en su artículo publicado en la página www.bebesymas.com la historia del pañal es la siguiente:

“El típico pañal usado en los años 40, era una tela rectangular gruesa de algodón, que se doblaba de una manera muy particular y compleja, sobre todo para los papás. Fue en esta década cuando en Suecia idearon los pañales desechables, realizados con una hoja de celulosa, mientras EEUU inventó la cubierta de plástico para proteger la salida de líquidos, convirtiéndose en los años 50 en un artículo de lujo, usado en ocasiones especiales, y por familias pudientes. En los años 60 fue mejorando la capacidad de absorción del pañal y disminuía la frecuencia de cambio. Años después se fue mejorando la forma del pañal utilizando elásticos que se ajustan a la anatomía del bebé y que se siguen utilizando hasta el día de hoy. En la actualidad hay pañales específicos para cada edad, para el día o la noche, con aloe vera, para usar de bañador en fin, la tendencia para el futuro será lograr un pañal más compacto, más cómodo para el bebé y compatible con la ecología”.

Con el transcurso del tiempo los pañales han ido evolucionando de acuerdo a las necesidades y adaptándose a la época, por lo que en años anteriores los bebés no tenían las comodidades de hoy en día, en donde se encuentra desde pañales anatómicos de etapas hasta pañales con tendencia futurista, con la desventaja de que para fabricar estos se está atentando contra la naturaleza y el medio ambiente a través de la tala de árboles y la generación abundante de basura ya que para su degradación tendrá que pasar alrededor de 500 años, haciendo esta tendencia desechable la vida más cómoda a costa de la naturaleza, debido a esto se busca lograr un pañal cómodo para el bebé y compatible con la ecología por lo que volver a lo de nuestras abuelas y madres no está tan mal, con la ventaja de que estos pañales serán con una amplia variedad de estilos, fabricados en tela y adaptables a cada necesidad, siendo estos mucho más modernos y versátiles que los de antaño y sobre todo más inofensivos para la piel del bebé que los de plástico y fundamentalmente cuidan el medio ambiente.

2.2.3. CLASIFICACIÓN: Según el autor (Sánchez, 2008), en su artículo publicado en la página www.todomercado.com aduce que los pañales se clasifican en:

- **Pañal de tela:** *“Es una tela rectangular gruesa de algodón, que se dobla de una manera muy particular y compleja”.*
- **Pañal desechable:** *“Es una capa de fibras de celulosa que mejora la capacidad de absorción del pañal y disminuye la frecuencia de cambio”.*
- **Pañal ecológico:** *“Está fabricado con materiales naturales y reciclables, y además colabora con el medio ambiente y con el bolsillo de los padres, es muy absorbente, como para mantener seco al bebé por toda una noche”.*
- **Pañal gdiapers:** Según la Periodista (Elhers, 2008) en su publicación en la página www.tvecuador.com aduce que este pañal es: *“Una mezcla de pañal de tela lavable por fuera con un interior de plástico y una parte desechable que se monta en el interior del calzón y que luego de ser usado por sus componentes especiales se puede botar en el inodoro para su desintegración”.*

Este pañal resulta innovador por tener un aditivo especial que se puede quitar, al cortar los costados del pañal y desechándolo a través del inodoro ayudando a la disolución revolviendo el agua con un palo, en unos segundos el pañal se ha desintegrado y forma parte del agua que va al sistema de alcantarillado, el mismo que no generará contaminación ambiental.

2.2.4. PAÑAL DESECHABLE

A nivel del medio ambiente, la preocupación principal es la biodegradabilidad de los pañales desechables. Como sabemos, la mayoría de pañales desechables acaban en los basureros, se estima que un pañal para degradarse tarda entre 200 y 500 años. Esto quiere decir que todos los pañales usados por todo el mundo todavía están intactos en los basureros. Los estudios patrocinados por los fabricantes de pañales desechables no han tenido en cuenta el impacto de la fabricación y la distribución. Simplemente empiezan a considerar el impacto desde que el pañal está siendo utilizado por el bebé y no antes de llegar allí aduce la Red medioambiental de Mujeres (Mujeres, 2007) en su artículo publicado en la página www.quienentravuelve.com.

• MATERIA PRIMA PARA SU ELABORACIÓN

Según el artículo publicado por (Crianzanatural, 2004) en su página www.crianzanatural.com la materia prima utilizada para la elaboración de pañales desechables es:

- *“Árboles para la celulosa*
- *Petróleo para el plástico*
- *Lejías y dioxinas para blanquear*
- *Productos químicos*
- *Procesos para los geles”*

Los productos usados para la elaboración de pañales desechables provocan una serie de problemas como es la deforestación ya que uno de sus principales componentes son los árboles, y por cada niño se talan 5 de estos, además de sus componentes químicos que generan alergias, irritaciones y otro tipo de enfermedades a la piel del bebe y contaminación ambiental por su tardía biodegradación.

- **CONTAMINACIÓN AMBIENTAL**

Según el artículo publicado por el Director de Fundación Natura (González, 2008) manifiesta que: *“La contaminación ambiental afecta de manera directa e indirecta, la salud, bienestar, economía y calidad de vida de muchas personas, afectando además las posibilidades de desarrollo de ciudades y regiones al impactar sobre su economía y competitividad”*.

Siendo ésta muy grave y significativa en nuestro país por lo que se deben crear técnicas y procedimientos para concienciar a las personas sobre la necesidad de conservar y manejar adecuadamente los recursos naturales de los cuales depende la existencia de la humanidad.

La contaminación ambiental es la acción del hombre que provoca alteraciones en su entorno vital y que se producen generalmente por la presencia de impurezas que degradan la calidad del suelo, aire, agua perjudicando así la salud y bienestar de las personas. El cuidado del medio ambiente es un problema que concierne a todos, y todos podemos poner nuestro granito de arena en cada una de nuestras acciones para cuidar nuestro planeta. El consumo de productos desechables atentan contra la ecología y la salud, ya que son uno de los productos que mayor basura genera en vista de que durante los dos primeros años de vida de un niño cada uno uso alrededor de 4500 pañales los mismos que tardan en degradarse de 200 a 500 años.

- **EXPLOTACIÓN MADERERA**

Según cifras del Ministerio del Medio Ambiente en el artículo publicado por (Lascano, 2011) Coordinador del programa Socio Bosque manifiesta que: *“el país pierde 70 000 hectáreas de bosque anualmente (sin contar la provincia de Esmeraldas) y pese a que el ministerio no*

puede asegurar que todas las pérdidas se deban a la industria maderera, la explotación indiscriminada de bosques y las actividades agrícola y ganadera en las áreas verdes tienen un gran peso”.

Algo impactante es que los recursos naturales y los arboles van en camino de una pronta extinción, en vez de seguir evolucionando con el pasar del tiempo, ya que quienes se dedican a la tala de árboles solo buscan beneficios para ellos a costa de la naturaleza. La deforestación de las especies provoca la disminución de las posibilidades de la investigación sobre plantas de interés medicinal y por lo tanto mayores dificultades para encontrar cura a ciertas enfermedades. Al desaparecer los bosques no sólo se pierde la capacidad de renovación del oxígeno en la atmósfera, sino que también se reduce la fertilidad del suelo, se incrementa su erosión y además la causa alteraciones en el clima y manifestación de fenómenos naturales como disminución de lluvias, épocas de sequías prolongadas y desertización. Los impactos de las épocas de las lluvias resultan más desastrosos cada temporada.

- **COSTO DE ADQUISICIÓN**

El costo de adquisición es relativamente alto ya que durante los dos primeros años de vida de un niño usa alrededor de 4500 pañales desechables, con un costo promedio de 0.18 USD por lo que al final de este tiempo los padres habrán gastado 810 USD solo en pañales, además de que deben elegir la marca que mejor se adapte a su presupuesto y buscar la talla que se adapte al bebe según su peso.

2.2.5. PAÑAL ECOLÓGICO

En vista de la necesidad a contribuir con la preservación del medio ambiente, así como convivir en armonía con los equilibrios biológicos que rigen las leyes naturales y de los cuales depende la

existencia de la humanidad se ha visto la oportunidad de crear un producto que sea solidario con la naturaleza, siendo este un pañal ecológico evitando de esta manera seguir talando árboles para la creación de pañales desechables.

Los pañales ecológicos son una opción inteligente para las personas preocupadas por el daño ecológico.

a. VENTAJAS

Según la Periodista (Elhers, 2008) en su publicación en la página www.tvecuador.com, el uso de pañales reusables o ecológicos proporciona las siguientes ventajas:

- *“Generan un mínimo de desperdicio.*
- *No se cortan árboles para su producción.*
- *A la larga son más baratos”.*

Los pañales ecológicos tienen grandes ventajas ya que generan un ahorro del 70% o más respecto a la compra de pañales desechables, además son más prácticos y fáciles de poner, lavar y secar, son delicados con la piel del bebe, evitan el acceso de humedad al interior del pañal y mantienen la temperatura adecuada, sin químicos irritantes además generan menor contaminación, ya que contienen menos residuos no biodegradables y para su producción no se cortara árboles.

b. DESVENTAJAS

Siguiendo al mismo autor el uso de pañales reusables o ecológicos proporciona las siguientes desventajas:

- *“El algodón que se utiliza para la tela puede haber estado expuesto a pesticidas.*
- *Para su lavado diario se utilizan detergentes y cloro.*
- *Se supone un desperdicio de agua y uso energético para su lavado*
- *Los padres deben disponer de tiempo para el lavado”.*

Como todo producto el pañal ecológico también tiene desventajas las cuales no son muy significativas y algunas de estas se pueden evitar como el uso de detergente y cloro para su lavado y en lugar de estos utilizar un jabón adecuado que no irrite la piel del bebé. Además el agua que se usará para lavar el pañal es tres veces menor que la que se utiliza para la elaboración de un pañal desechable.

c. CARACTERÍSTICAS

Según la marca (Bebecológico, 2009) en el artículo publicado en la página www.bebecologico.com las características de los pañales ecológicos son:

- *“Ajuste con broches en cintura y piernas para mayor seguridad.*
- *Evita fugas.*
- *Se adapta a un gran número de tallas.*
- *Diseño rellenable, que se adapta a las necesidades de absorción de tu bebé”.*

El pañal ecológico cuenta con características bastante innovadoras para ser un pañal de tela ya que este transforma fácilmente un pañal de día en un pañal nocturno que dura 12 horas totalmente adaptado a la forma del bebe para su mayor comodidad y es muy probable que solo se necesite de dos tallas hasta que él bebe los deje de usar.

d. MATERIA PRIMA PARA SU ELABORACIÓN

Siguiendo a la publicación anterior la materia prima para la elaboración de los pañales ecológicos es:

- *“Tela exterior de PUL impermeable y respirable*
- *Tela interior de micro vellón suave e hipoalergénico*
- *Relleno de 4 capas de toalla de micro fibra”.*

Los pañales ecológicos son elaborados con materiales que cuiden la piel del bebe y el medio ambiente, confeccionados en tela impermeable de distintos colores y diseños, que mantengan seca la piel del bebe, fáciles de lavar, no retienen olores, no se manchan, altamente absorbentes, flexibles, de secado rápido y mucho más durables.

2.2.6. CONCEPTO DE ECOLOGÍA

“El término ecología fue acuñado por el biólogo alemán Ernst Heinrich Haeckel en 1869; deriva del griego oikos (hogar) y comparte su raíz con economía. Es decir, ecología significa el estudio de la economía de la naturaleza. En cierto modo, la ecología moderna empezó con Charles Darwin. Al desarrollar la teoría de la evolución, Darwin hizo hincapié en la adaptación de los organismos a su medio ambiente por medio de la selección natural”según la enciclopedia (Encarta, 2009).

La ecología constituye la base armónica que debe existir entre el ser humano y el medio ambiente, su comportamiento, su evolución, su hábitat y por sobre todo su cuidado y mantenimiento. Cabe resaltar que el sistema ecológico permite el desarrollo normal y equilibrio natural, consecuentemente si uno de los elementos se encuentra en desventaja, esto afecta a todo el sistema natural, por ende a las relaciones mutuas de su desarrollo normal y natural, es por esto que debemos concebir y proveer productos y servicios que no tengan impactos indebidos sobre el ecosistema, propendiendo a la utilización eficiente de los recursos

naturales, y promover dentro de las empresas el respeto a las políticas ambientales, cuyo fin es la protección del medio ambiente.

2.2.7. EL MEDIO AMBIENTE Y LA SALUD

Sin duda, los temas medioambientales y de salud son un duro campo de batalla. Durante la pasada década, se han demostrado algunas de las quejas planteadas sobre el uso de pañales desechables a través de estudios científicos patrocinados por algunas organizaciones ecologistas. De todas maneras, todas las quejas presentadas por estos estudios han sido contradichas, a su vez, por estudios patrocinados por los fabricantes de pañales desechables.

2.2.8. NORMAS INTERNACIONALES DE MANEJO AMBIENTAL

Según Sergio Ochoa Soto (citado por (Elhers, 2008)), en su publicación en la página www.tvecuador.com dice:

“Actualmente la compañía tiene el certificado de normas ISO 9001 y está adelantando el proceso de ISO 14000 e ISO 18000 que tiene que ver con la parte de manejo ambiental. Se han montado plantas para que se recojan los sólidos suspendidos que salen, ahí se está recogiendo más del 95% de los sólidos suspendidos que salen”.

La importancia que se asignan a las políticas ambientales, la necesidad que tienen las organizaciones de adoptarlas y la necesidad de orientación respecto de ellas han conducido al desarrollo de certificaciones ambientales.

Las certificaciones ambientales según el autor (Gray, 2006, pág. 54) publicado en su libro Contabilidad y Auditoría Ambiental son: *“documentos públicos con una cantidad de propósitos primarios. Consta de varios principios orientados a áreas de planeación, actividad y control corporativo en las cuales se debe incorporar aspectos ambientales”.*

Las empresas deberían adoptar este tipo de compromisos que mejoran la calidad de vida de muchas personas sin dañar el medio ambiente y la salud, incluyéndolos dentro de su misión, invirtiendo en ciencia y tecnología ambiental y contribuyendo con programas ambientales.

La eco- eficiencia es producir más con menos, muchas personas creen que las inversiones sociales y medio ambientales es un lujo y que en nuestro país no se puede dar. Dentro del costo de los bienes y servicios se debe incluir los costes ambientales de su producción, uso y reciclaje. Es por esto que debemos poner énfasis tanto en la equidad social como la eficiencia económica y en la mejora ambiental.

2.3. ESTUDIO DE MERCADO

“Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”. Según lo manifestado por el autor (Kotler, 2008, pág. 127) en el libro Principios de Marketing.

El estudio de mercado se refiere al análisis de la información recolectada a través de la encuesta, entrevista, entre otras, esta información tiene que ver con gustos y preferencias de los consumidores, precios de la competencia, demanda, oferta, etc., además ayuda a establecer las estrategias adecuadas para enfrentar a la competencia.

2.3.1. COMERCIALIZACIÓN

“Es la forma que le permite al productor ubicar el producto a sus consumidores basados en el tiempo y lugar”. Expresa (Baca, 2006, pág. 57) del libro Evaluación de Proyectos.

2.3.2. LAS 4P

a. PRODUCTO

“El producto es el bien que se oferta al mercado, para cubrir una necesidad del segmento al cual va dirigido; es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado, con el fin de alcanzar a satisfacer las necesidades del consumidor”. Según lo manifestado por (Santesmases, 2005, pág. 94) en el libro Marketing de Estrategias.

Producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que pueden satisfacer las necesidades del mercado

b. PRECIO

“El precio es el valor expresado en dinero de un bien o un servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”. Así lo manifiesta el autor (Arboleda, 2006, pág. 55) en el libro Formulación, Evaluación y Control de Proyectos.

El precio, en mi opinión, es la variable de marketing más importante y la de mayor frecuencia en la toma de decisiones. El precio de un producto o servicio debe tener relación con el logro de las metas organizacionales y de marketing.

c. PLAZA

Según el autor (Santesmases, 2005) en su libro Estrategias de Marketing define a la Plaza como: *“Las gestiones necesarias para*

transferir la propiedad de un producto y transportarlo de donde se elabora a donde finalmente se consume”.

La plaza es poner a disposición de los usuarios, el producto o el servicio que se le ofrece en el momento y lugar adecuado.

d. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

- **Promoción:** El autor (Belch, 2005) en su libro Publicidad y Promoción menciona a la promoción como: *“El diseño y administración del elemento de la mezcla del marketing para informar y persuadir a los clientes actuales y potenciales, y mantenerse en su mente”.*

Consiste en incentivos de corto plazo que la empresa realiza para fomentar la venta de un producto o servicio.

- **Publicidad:** Siguiendo al mismo autor: *“La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir.”*

Publicidad es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.

2.3.3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista.

2.3.4. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Cuando se inicia un nuevo negocio ya sea la elaboración de un producto o generación de un nuevo servicio, en realidad el director o promotor del proyecto toma la posición de un general que va a iniciar la batalla contra todos los oferentes actuales que ya están en el mercado y que ya tienen una ventaja que es el estar posicionados, y la guerra es precisamente para ganar una parte del mercado.

2.4. CONTABILIDAD GENERAL

2.4.1. DEFINICIÓN

Según el autor (Zapata, 2008, pág. 6) en su libro Contabilidad General define a la Contabilidad como: *“un proceso mediante el cual se identifica, mide, registra y comunica la información económica de una organización o empresa, con el fin de que los gestores puedan evaluar la situación de la entidad”*.

2.4.2. LA CONTABILIDAD Y EL AMBIENTE

La mayor parte de los costes medioambientales no se asignan al producto o al proceso que los genera; están implícitos en los costes generales. Las empresas obtienen, por tanto una visión distorsionada de su estructura financiera y de los ahorros potenciales derivados de la reducción de los costes ambientales.

a. BENEFICIOS

- Ahorro en materia prima y energía
- Mayor competitividad al usar nuevas y perfeccionadas tecnologías en el proceso productivo y en el propio producto

- Mejora de la seguridad y salud de los empleados
- Renovación de la imagen pública
- Fortaleza del negocio y de la posición en el mercado.

2.5. CONTABILIDAD DE COSTOS

2.5.1. DEFINICIÓN

Según el autor (Zapata, 2008) en su libro Contabilidad General denomina a la contabilidad de costos como: *“La parte fundamental de la contabilidad general, cuyo objetivo principal es proporcionar los elementos necesarios para el cálculo, control y análisis de los costos de producción de un bien o servicio”*.

2.5.2. COSTOS Y GASTOS

- Costos: *es el conjunto de valores incurridos en un periodo perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable.*
- Gastos: *son los valores que se aplican para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar.*

2.5.3. ELEMENTOS DEL COSTO

- Materia prima: constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado.
- Mano de obra: fuerza de trabajo que participa directa o indirectamente en la transformación de los materiales en productos acabados.

- Gastos generales de fabricación: llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican, no se identifican con un solo producto o proceso productivo.

2.6. ANÁLISIS FINANCIERO

2.6.1. INVERSIONES

El autor (Baca, 2006) en su libro Evaluación de Proyectos aduce que las inversiones: *“Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividiendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición”*.

Es un gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante. Para de esta manera encaminarlo a aumentar el capital fijo de la sociedad o el volumen de existencias.

2.6.2. FLUJOS DE CAJA

Según el autor (Jácome, 2005) en su obra Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de Proyectos productivos y de inversión dice que el Flujo de Caja: *“Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto”*.

Se refiere al análisis de las entradas y salidas de dinero que se producen en una empresa, en un producto financiero, etc.

2.6.3. FINANCIAMIENTO

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Recursos financieros que el gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo.

2.6.4. RIESGO PAÍS

El riesgo país es un índice que mide la seguridad que ofrece un país a las inversiones extranjeras. De acuerdo con sus condiciones económicas, sociales, políticas o incluso naturales y geográficas, genera un nivel de riesgo específico para las inversiones que se realizan en él.

2.6.5. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Siguiendo al autor anterior TIR es: “La rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el monto en que el Valor Actual Neto es igual a cero”.

Es la tasa de interés máxima a la que se pueden endeudar para no perder dinero con la inversión.

2.6.6. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Retomando al autor anterior el VAN: “representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”.

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

2.6.7. TASA LIBRE DE RIESGO

La tasa de cero riesgos, o tasa libre de riesgo, es un concepto teórico que asume que en la economía existe una alternativa de inversión que no tiene riesgo para el inversionista. Este ofrece un rendimiento seguro en una unidad monetaria y en un plazo determinado, donde no existe riesgo crediticio ni riesgo de reinversión ya que, vencido el período, se dispondrá del efectivo.

2.6.8. TASA DE REDESCUENTO

La tasa de interés que un banco u otro acreedor deduce por la entrega de préstamos, o por el valor nominal de letras de cambio o papel comercial comprado desde la fecha de descuento hasta el vencimiento del instrumento.

La cantidad de la tasa de descuento depende de la liquidez de los mercados financieros y de la viabilidad con respecto al pago de la letra.

2.6.9. PUNTO DE EQUILIBRIO

“Es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos”. Según el autor (GITMAN, 2007, pág. 439) en el libro Principios de Administración financiera.

Este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas

generadas en el caso del punto de equilibrio en dólares, el costo total como el precio de venta unitario y costo variable unitario para el punto de equilibrio en unidades.

2.6.10. INFLACIÓN

Para el autor (Nieto, 2008) en su libro Geografía Económica del Ecuador la inflación es: “El crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo”.

Es la disminución del valor del dinero respecto a la cantidad de bienes o servicios que se pueden comprar con dicho dinero.

2.6.11. IMPACTO EN LOS PROYECTOS

El éxito de un proyecto no se limita al éxito de su gestión, es un hecho comúnmente aceptado que solo una evaluación de impacto puede permitir juzgar si, al fin del proyecto, los objetivos fueron efectivamente logrados. El éxito de un proyecto es también un concepto subjetivo basado en el criterio de las preocupaciones diversas de los involucrados.

2.7. ADMINISTRACIÓN

Según el autor (Amaru, 2009) en su libro Fundamentos de Administración, Teoría General y Proceso Administrativo manifiesta lo siguiente:

2.7.1. CONCEPTO: “Es el proceso de tomar decisiones sobre los objetivos y la utilización de recursos”

Las organizaciones bien administradas son importantes debido a su influencia en la calidad de vida de la sociedad, por eso los administradores competentes son recursos sociales básicos.

2.7.2. PLANEACIÓN:“Es una herramienta para administrar las relaciones con el futuro. Es una aplicación específica del proceso de decisión que de alguna manera busca influir en el futuro o que se pondrán en práctica en el, son decisiones de planeación.

La planeación comprende tres etapas principales cada una de ellas es un proceso de decisión que involucra el análisis evaluación de opciones y la elección de un curso de acción. Cada una de estas decisiones admite aciertos y errores que dependen de las competencias del planeador y de otros factores, como la disponibilidad de información.

2.7.3. ORGANIZACIÓN:“es el proceso de utilizar cualquier conjunto d recursos que faciliten la realización de planes. La organización es un atributo de cualquier conjunto estructurado u ordenado de acuerdo con cierto criterio”.

La organización se da a través de la división del trabajo, la asignación de responsabilidades a las personas y el establecimiento de mecanismos de comunicación y coordinación.

2.7.4. DIRECCIÓN:“consiste en realizar las actividades planeadas que implican un gasto de energía física y mental”.

La naturaleza de las actividades varía mucho de un caso a otro, de acuerdo con el tipo de organización, los objetivos, lo establecido en los planes, las competencias de las personas, la disponibilidad de los recursos y otros factores.

2.7.5. CONTROL:“está vinculado a la realización de objetivos lo que implica obtener información sobre ellos y sobre las actividades encaminadas a lograrlos”.

Este proceso produce y utiliza información para tomar decisiones. La información y las decisiones de control permiten mantener cualquier sistema orientado hacia el objetivo.

2.7.6. ECO-ADMINISTRACIÓN ISO 14000

La auditoría ambiental y los sistemas de administración ambiental encuentran su manifestación en una serie de guías que se han manifestado rápidamente como indicadores de la mejor práctica.

Según el autor (Gray, 2006) en su libro Contabilidad y Auditoría Ambiental los sistemas de administración ambiental crearon estándares los cuales son voluntarios y requieren:

- “Una revisión ambiental preparatoria que incluya un inventario de las emisiones y desechos provenientes de cada instalación.
- Valoración de los impactos ambientales y establecimiento de objetivos concretos de mejoramiento
- Establecimiento de objetivos en la valoración del desempeño y responsabilidad”

2.8. ASPECTOS TÉCNICOS

2.8.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.

“La localización Óptima del Proyecto consiste en identificar y analizar las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al

mínimocosto”. Expresa el autor (Baca, 2006, pág. 107) en su libro Evaluación de Proyecto.

2.8.2. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La macrolocalización se refiere a: “la determinación del lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia, cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización muy confiable”. Según el autor (Jácome, 2005, pág. 71) en su obra Evaluación de Proyectos Productivos.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

Hoy en día el mercado y sus componentes son factores llenos de incertidumbre para el desarrollo de los proyectos, razón por la cual el estudio y el análisis son de vital importancia para poder ingresar productos o servicios con éxito al mercado de consumidores.

El estudio de mercado consiste en determinar la cantidad de bienes y servicios que las empresas están en posibilidad de producir para atender las necesidades de la población a un nivel de precio fijado, costos de producción y por la competencia.

Al realizar un estudio de mercado se busca obtener información veraz sobre las necesidades existentes en la ciudad de Ibarra, con relación al consumo de pañales, estos parámetros permiten delimitar la demanda, oferta, como la demanda insatisfecha del sector, es por esto que se vio la necesidad de contribuir con la preservación del medio ambiente, así como convivir en armonía con los equilibrios biológicos que rigen las leyes naturales y de los cuales depende la existencia de la humanidad se ha visto la oportunidad de crear este producto que sea solidario con la naturaleza, evitando de esta manera seguir talando árboles para la creación de pañales desechables.

Los pañales ecológicos son una opción inteligente para las personas preocupadas por el daño ecológico.

3.2. Objetivos del Estudio de Mercado

3.2.1. Objetivo General

Realizar un Estudio de Mercado a los padres de bebés entre 0 y 24 meses de edad de la ciudad de Ibarra, para conocer sus necesidades y la aceptación que tendrá el proyecto.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar la oferta y demanda de pañales desechables en la ciudad de Ibarra.
- Conocer los precios de pañales desechables y determinar si el precio del pañal ecológico es aceptado por el consumidor.
- Identificar las variables del marketing mix (producto, precio, plaza, promoción) para el posicionamiento del producto en el mercado.
- Determinar el tamaño de la microempresa según la demanda de los consumidores.

3.3. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

El pañal ecológico cuenta con características bastante innovadoras para ser un pañal de tela entre las cuales tenemos:

- Ajuste con broches en cintura y piernas para mayor seguridad.
- Evita fugas de líquidos.
- Se adapta a un gran número de tallas.
- Diseño rellenable, que se adapta a las necesidades de absorción de tu bebé.
- Totalmente adaptado a la forma del bebé para su mayor comodidad
- Son prácticos y fáciles de poner, lavar y secar
- Son delicados con la piel del bebé

- Sin químicos irritantes
- Además generan menor contaminación, ya que contienen menos residuos no biodegradables

El uso de pañales reusables o ecológicos proporciona las siguientes ventajas:

- Generan un mínimo de desperdicio.
- No se cortan árboles para su producción.
- A la larga son más baratos, generan un ahorro de un 70% o más respecto a la compra de pañales desechables

El pañal ecológico estará compuesto por:

- Tela exterior de PUL impermeable y respirable
- Tela interior de micro vellón suave e hipoalergénico
- Relleno de 4 capas de toalla de micro fibra.

El estudio de mercado realizado nos manifiesta que la durabilidad y resistencia es totalmente garantizada, debido a los materiales de calidad que se utilizarán. Por sus componentes tampoco generará mal olor y se lo podrá utilizar como un pañal nocturno es decir hasta doce horas.

El diseño es totalmente innovador, elegante y confortable ajustándose a los requerimientos de los clientes y confeccionados en distintos colores.

GRAFICO N° 21 PAÑAL ECOLÓGICO



Elaborado por: La Autora

3.4. MERCADO META

El mercado potencial para la comercialización de pañales ecológicos en un principio será la ciudad de Ibarra en locales exclusivos de expendio de pañales desechables, supermercados, comisariatos, municipales, y farmacias, y en el futuro en provincias aledañas como el Carchi y Pichincha.

3.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En esta época el mercado está encaminado hacia los productos desechables, ya que estos dan mayor comodidad; pero son poco saludables para el planeta y para quienes los usan, es por esto que a medida que las personas tomen conciencia del daño que causan los productos desechables mayor aceptación tendrán los productos

ecológicos por parte de los consumidores. La demanda constituye la cantidad de pañales que usa un bebe por día tomando en cuenta la tasa de natalidad en la ciudad de Ibarra.

CUADRO N° 21. Demanda

Año	Niños nacidos vivos	Consumo de pañales por día	Demanda anual (unidades)
2011	2.736	3.5	3`447.360

Fuente: Estudio de mercado 2012

Elaborado por: La autora

3.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda se consideró la población de niños nacidos vivos de hasta dos años lo cual da un total de 2.736, a una tasa de crecimiento poblacional del 2,09%.

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

i = 2,09 % tasa de crecimiento poblacional área urbana según INEC

CUADRO N° 22.

Proyección de la demanda año 2012 - 2016

AÑO	DEMANDA
2012	3`519.410
2013	3`592.965
2014	3`668.058
2015	3`744.721
2016	3`822.986

Fuente: Estudio de mercado 2012

Elaborado por: La autora

Respecto a los datos proyectados, se determinó existe un crecimiento de la demanda, conforme a la tasa de crecimiento poblacional del área urbana del 2,09%.

3.7. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

En el Ecuador el comportamiento de la oferta está dirigida a las comercializadoras de pañales desechables como: Zaimella del Ecuador S.A. Siendo sus principales marcas bajo las cuales se comercializan sus productos y servicios son: Panolini, Pompis, Piccolin. Zaimella busca ser líder en todos los mercados y segmentos donde participa.

Kimberly Clark productor de HUGGIES siendo el líder en comercialización de pañales desechables y siendo estos los de mayor aceptación en el Ecuador. Siendo estas dos, grandes multinacionales, tienen la ventaja de contar con recursos para publicidad y promoción de sus productos y esta si es una gran amenaza, para nuestro producto como se muestra a continuación.

CUADRO Nº 23. Oferta

AÑO	Oferta
2011	5`434.850,00

Fuente: Estudio de mercado 2012

Elaborado por: La autora

3.8. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

CUADRO Nº 24.
Proyección de la oferta año 2012 - 2016

AÑOS	KC-GARZOZI- ZAIMELLAY SANCELLA
2012	5`548.438
2013	5`664.401
2014	5`782.787
2015	5`903.647
2016	6`027.033

Fuente: Encuesta realizada a los comerciantes de pañales

Elaborado por: La autora de la investigación

3.9. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

Por lo que se puede apreciar en los cuadros anteriores tanto de oferta como de demanda se llegó a determinar que no hay demanda insatisfecha ya que se produce pañales en grandes cantidades y todos los locales de expendio de los mismos están totalmente abastecidos, por lo que cualquier persona puede adquirir este producto en cualquier momento y en cualquier lugar. Pero una nueva alternativa de pañal es el ecológico el cual es lavable-reutilizable, amigable con el medio ambiente y no producen desechos tóxicos los mismos que generan gran cantidad de basura y a su vez producen virus o enfermedades tanto para quienes los usan como para todos los habitantes en vista de que la descomposición de los pañales comunes es muy demorosa tarda alrededor de 500 años produciendo enfermedades y gran cantidad de desechos que no son bien manejados ya que no están acostumbrados a reciclar o dar un trato especial a este tipo de productos porque no se ha hecho de este un hábito es por esto que es un verdadero problema para la sociedad, por lo que los pañales ecológicos son una alternativa inteligente para quienes están conscientes del daño que causa el consumo de productos desechables, siendo de gran beneficio para el planeta, para el bebé y para el bolsillo de quienes los adquieren ya que su inversión solo representa un 20% de lo que en realidad invierten en la compra de pañales desechables.

3.10. PRONÓSTICO EN VENTAS

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base la demanda del año 2011 que es de 3`447.360 pañales, de los cuales la microempresa proyecta satisfacer el 1% la demanda en el primer año.

CUADRO N° 25 PRONÓSTICO DE VENTAS

AÑOS	DEMANDA	1 % DEMANDA
2012	3`519.410	35.194
2013	3`592.965	35.930
2014	3`668.058	36.681
2015	3`744.721	37.447
2016	3`822.986	38.230

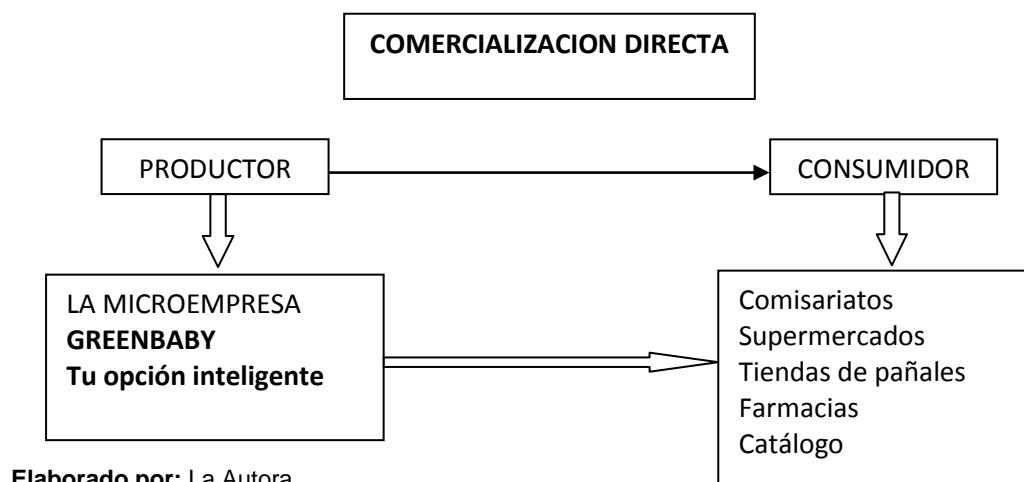
Elaborado por: La autora de la investigación

3.11. ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS

El precio se establecerá en 5.75 dólares que al parecer es alto, pero se considera económico a largo plazo ya que durante los dos primeros años de vida de un niño usa alrededor de 4500 pañales desechables, con un costo promedio de 0.18 USD por lo que al final de este tiempo los padres habrán gastado 810 USD solo en pañales, además de que deben elegir la marca que mejor se adapte a su presupuesto y buscar la talla que se adapte al bebe según su peso.

3.12. SISTEMA DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

Gráfico N° 22 Sistema de comercialización



Elaborado por: La Autora

3.13. Publicidad

Mediante el análisis del mercado meta de pañales ecológicos es necesario crear estrategias que permitan dar a conocer el producto e incentivar al consumo, tratando de lograr un posicionamiento en el mercado, la misma que se realizará por medio de estrategias como:

Incentivar el consumo de productos ecológicos saludables para quienes los usan y para el medio ambiente, destacando sus beneficios, a través de presentaciones:

- La radio (cuña de lanzamiento del producto)
 - Portadas en la prensa a nivel local
- Volanteo

3.14. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO

Del estudio realizado tanto de la demanda como de la competencia del producto, se concluye que existe un mercado totalmente satisfecho en cuanto a la producción de pañales desechables ya que todos los lugares de expendio están totalmente abastecidos y los consumidores pueden adquirirlos en cualquier momento y la cantidad que ellos deseen comprar, pero a través los resultados obtenidos en la encuesta se pudo conocer que si estarían dispuestos a comprar los pañales ecológicos ya que no se encuentran satisfechos en su totalidad con los desechables pero los adquieren por ser la única opción dentro del mercado, siendo esto una oportunidad para la creación de la microempresa, ya que en la ciudad de Ibarra y en el país no hay productores de estos pañales y su venta es muy limitada y su costo altamente elevado porque los adquieren en otro país, por lo que representa una alternativa de inversión muy rentable, y se puede incursionar en nuevos mercados ya sea regionales, nacionales e internacionales.

CAPÍTULO IV

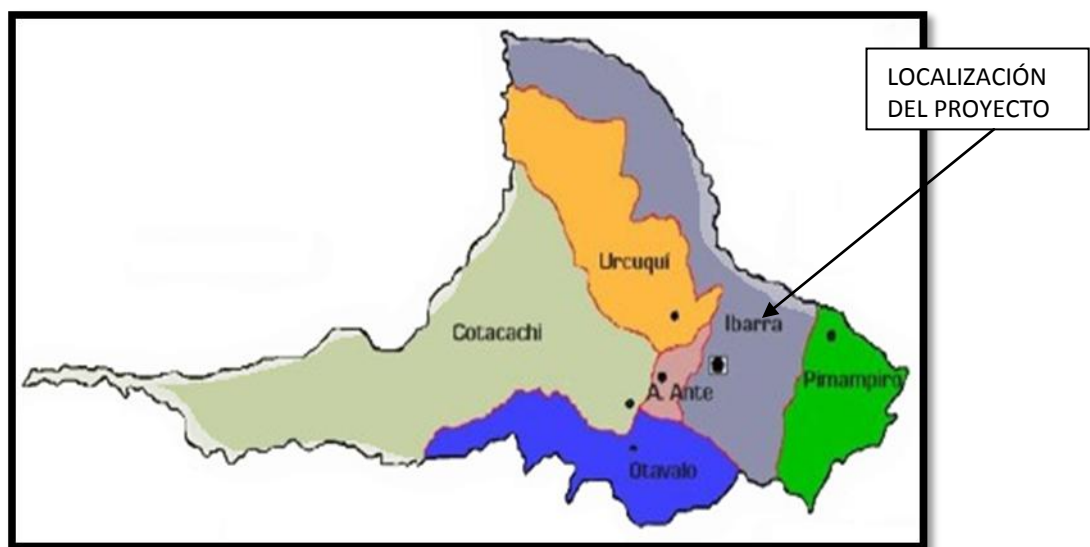
4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO (MACRO Y MICRO)

4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto se ubicará en la Ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura, perteneciente a la región sierra norte del país.

GRÁFICO No. 23
MAPA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: La Autora de la investigación

4.1.2. MICROLOCALIZACIÓN

Para el análisis de la Microlocalización, se necesita realizar un estudio de los factores más importantes que influyen en la ubicación del proyecto.

A continuación se enumeran los respectivos factores, considerados factibles de su conocimiento y análisis. El método a utilizar es el cualitativo por puntos

CUADRO N° 26
MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

FACTORES	PESO	SECTOR PARQUE INDUSTRIAL	SUMA	SECTOR LA FLORIDA AV. M. ACOSTA	SUMA
Servicios Básicos	40%	9	2,4	9	2,40
Transporte del producto	15%	6	1,20	6	1,20
Mano de Obra	20%	7	1,50	7	1,60
Espacios Físicos	10%	5	0,50	5	0,60
Condiciones Geográficas	15%	5	1,00	6	1,20
TOTAL	100%		6,60		7,00

Fuente: Método Cualitativo por Puntos por Baca Urbina

Elaborado por: La Autora de la investigación

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

4.2.1. FACTORES CONDICIONANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Existen algunos factores que inciden en la determinación del tamaño del proyecto como son:

- Tamaño del Mercado
- Disponibilidad de la Materia Prima
- Disponibilidad del Capital
- Disponibilidad de Producción

- **TAMAÑO DEL MERCADO**

La implantación del proyecto tiene como objetivo principal la producción de pañales ecológicos de buena calidad y su comercialización a los consumidores potenciales como: supermercados, comisariatos, farmacias, tiendas de pañales, entre otros, del cantón Ibarra, como también en el futuro se planea llevar el producto a zona norte del país.

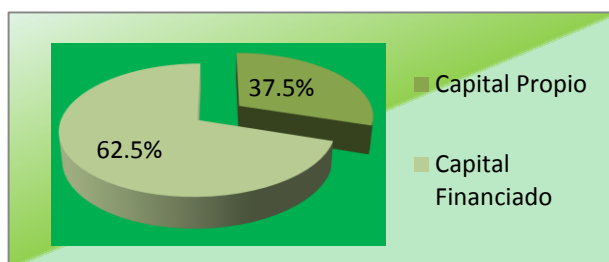
- **DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA**

La calidad del producto depende en mayor parte de la tela hipoalergénica seleccionada para la producción. Por esta razón la materia prima utilizada será de la mejor calidad para lo cual se toma en cuenta ciertos parámetros como: variedad, calidad (libre de tóxicos), cabe recalcar que la materia prima se la puede adquirir sin ningún inconveniente en el país, por haber gran disponibilidad de la misma.

- **DISPONIBILIDAD DEL CAPITAL**

El capital necesario para la ejecución del proyecto asciende aproximadamente a \$56.000,00 dólares monto que será cubierto el 37.5% con capital propio y el 62.5% restante se realizará un préstamo a una institución financiera de la provincia.

GRÁFICO No. 24 ESTRUCTURA DEL CAPITAL



Elaborado por: La Autora

- **DISPONIBILIDAD O PROGRAMA DE PRODUCCIÓN**

La microempresa tendrá condiciones de operar al máximo de su capacidad de producción, es decir, no poseerá restricciones de tipo técnico y humano para aprovechar la capacidad de la planta.

Sin embargo por cuestiones de experiencia en confección, el primer año se trabajará al 80% de su capacidad y poco a poco se aumentará durante el transcurso de la vida útil del proyecto, según la producción y necesidades del mercado.

4.3. CAPACIDAD DEL PROYECTO

Se estima que la capacidad de producción de la microempresa será de 35.194 pañales en el primer año con un crecimiento del 5% durante la vida del proyecto, en una jornada de 8 horas diarias, los 5 días laborables de la semana durante todo el año, para cubrir la demanda potencial a satisfacer.

Según el estudio de mercado las posibilidades de introducir este producto es bastante favorable, ya que la competencia es mínima. La capacidad de producción se irá incrementando según el crecimiento del mercado.

De acuerdo a lo establecido se considera la capacidad de la microempresa así:

Capacidad (35.194,00 pañales / año) / (8 horas * 5 días * 48 semanas)

Capacidad = 18.33pañales/hora

Significa que la microempresa tiene su capacidad de producir 18pañales por hora.

Nota: cabe indicar que la microempresa tiene el 20% de su capacidad instalada, como ociosa ante eventualidades de aumento de la demanda, tratados comerciales con empresas de distribución entre otras.

4.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

El área que ocupa el proyecto es de 200m² distribuida de la siguiente manera:

Cuadro N° 27Diseño de la planta

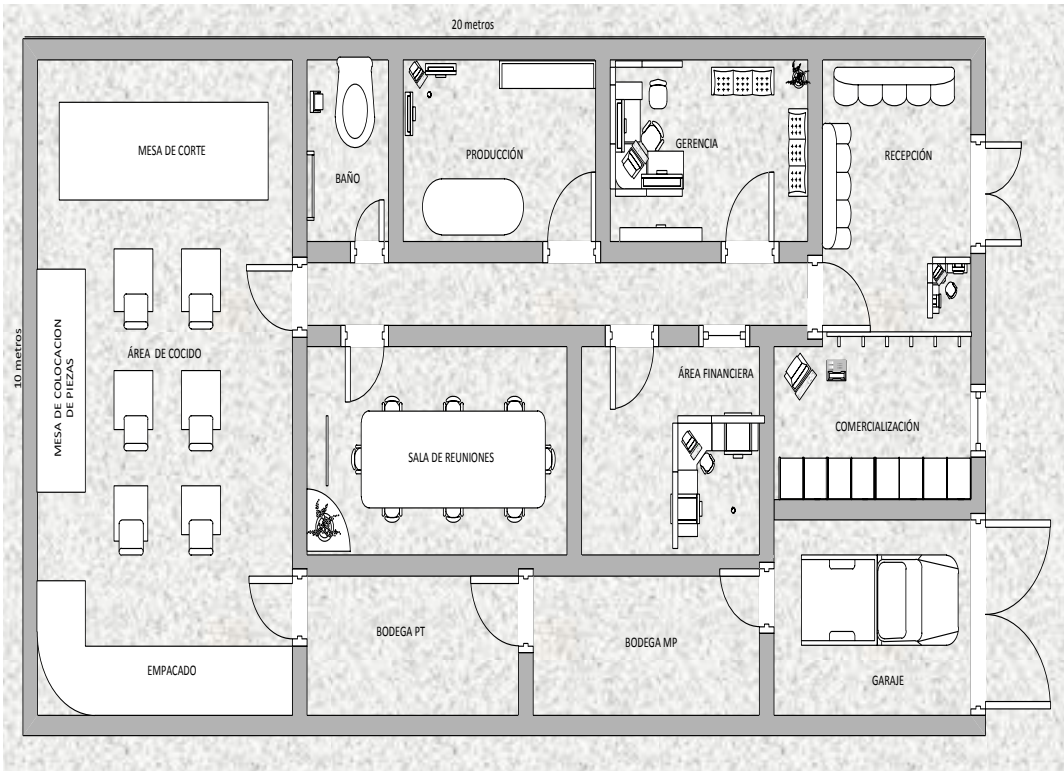
SECCIÓN	m ²
Oficinas	50.57
Baños	6
Corte	16.50
Bodega para Materia Prima	12.50
Bodega Materiales e Insumos	12.50
Área del Proceso de Producción	60.86
Bodega para Producto Terminado	11.88
Patio	29.19
TOTAL	200m²

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.4.1. DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

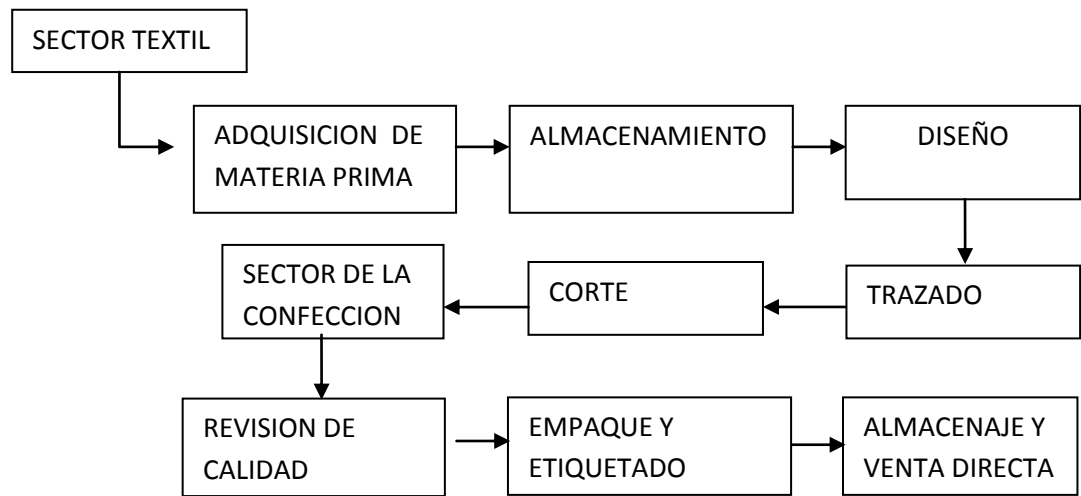
Gráfico N° 25 diseño de las instalaciones



Elaborado por: La Autora

4.5. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Gráfico N° 26 Proceso de Producción



Fuente: CONFECCIONES DENYS

Elaborado por: La autora de la investigación

4.5.1. ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA

De acuerdo con las necesidades de la empresa en esta etapa se compra la materia prima para la confección de los pañales y los insumos necesarios para su producción.

4.5.2. ALMACENAMIENTO DE LA MATERIA PRIMA EN LA BODEGA

En este proceso se ingresa la materia primas adquirida y se realiza la clasificación correspondiente por códigos y colores utilizados, lo que ayudará a un control sobre el stock de materiales.

4.5.3. ANÁLISIS DE DISEÑOS

De acuerdo a la orden de producción se realiza la selección de materias primas y se procede a la confección del pañal ecológico.

4.5.4. TRAZADO Y CORTE

En este proceso realizan el trazado y corte de tela de acuerdo a colores ya que la talla es única, se adapta al crecimiento del bebé.

4.5.5. COSTURA

Corresponde la entrega de piezas al área de costura para ser confeccionado por el equipo de trabajo y mediante un seguimiento de control de productos terminados.

4.5.6. CONTROL DE CALIDAD

Es un proceso muy importante, en el que se revisa la confección del producto terminado, se establece una comparación con modelos y diseños estandarizados.

En caso de que exista alguna falla de fábrica o desviación, los productos serán retirados y dados de baja.

4.5.7. ETIQUETADO

Luego del control de calidad se procede a etiquetar la marca y la talla respectiva, para finalizar el proceso de producción en el área de costura.

4.5.8. TERMINACIÓN DEL ÁREA DE COSTURA

Una vez concluida el área de costura corresponde controlar la orden de producción, mediante el conteo físico de los productos.

4.5.9. EMPACADO

En esta fase se procede a colocar las unidades de pañales en su respectivo empaque es decir se utilizará una funda transparente biodegradable.

4.5.10. INGRESO DE PRODUCTO TERMINADO A BODEGA

Esta actividad consiste en controlar la orden de producción, para que cumpla con la información requerida por contabilidad y bodega. Los productos terminados luego de ser ingresados a bodega, podrán ser enviados a sus respectivos sitios de expendio.

4.6. DIAGRAMA DE BLOQUE

Para poner en marcha la microempresa de producción y comercialización de pañales ecológicos se seguirá el siguiente proceso.

GRÁFICO N°. 27 Proceso productivo

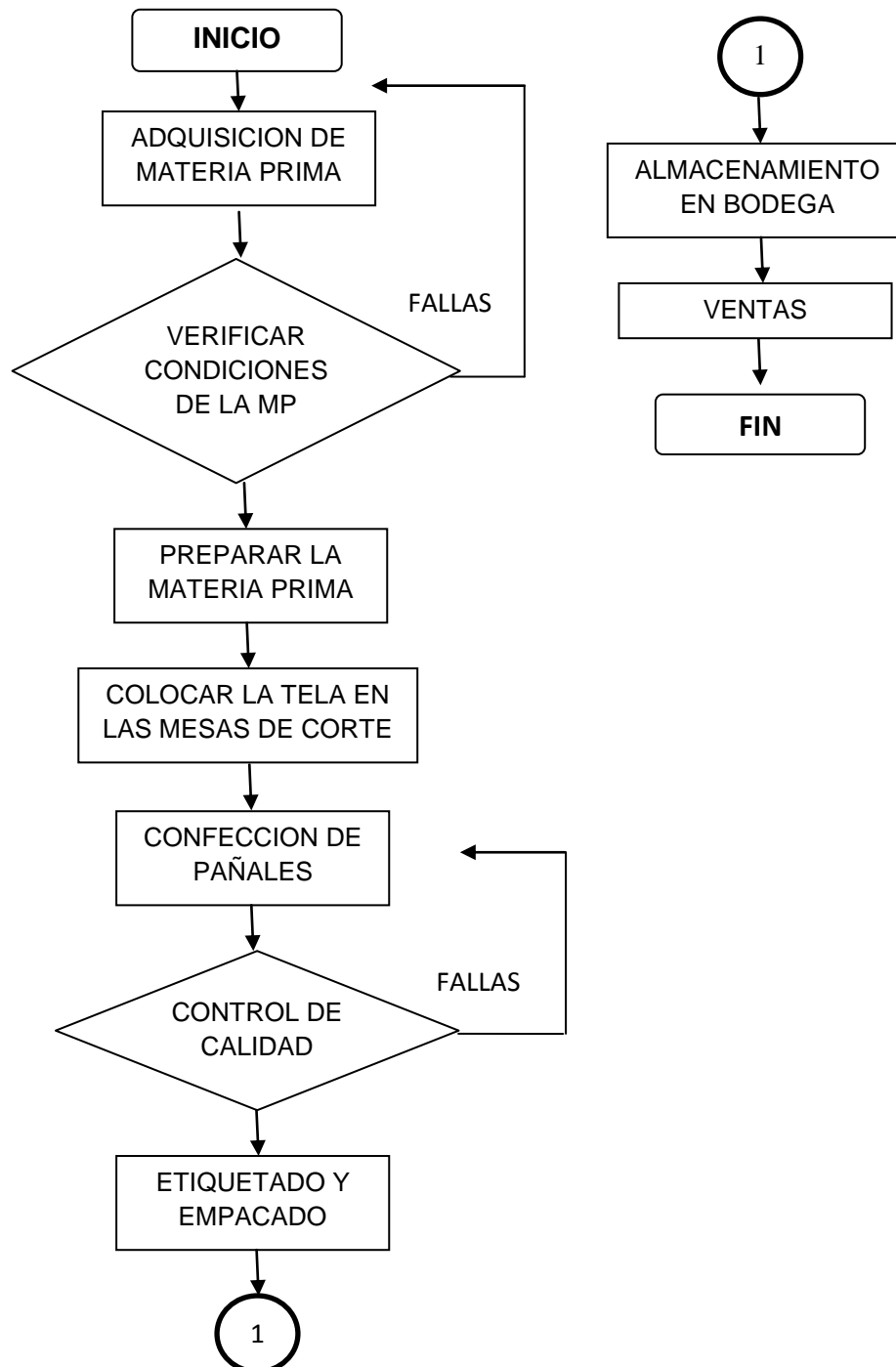


Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora de la investigación

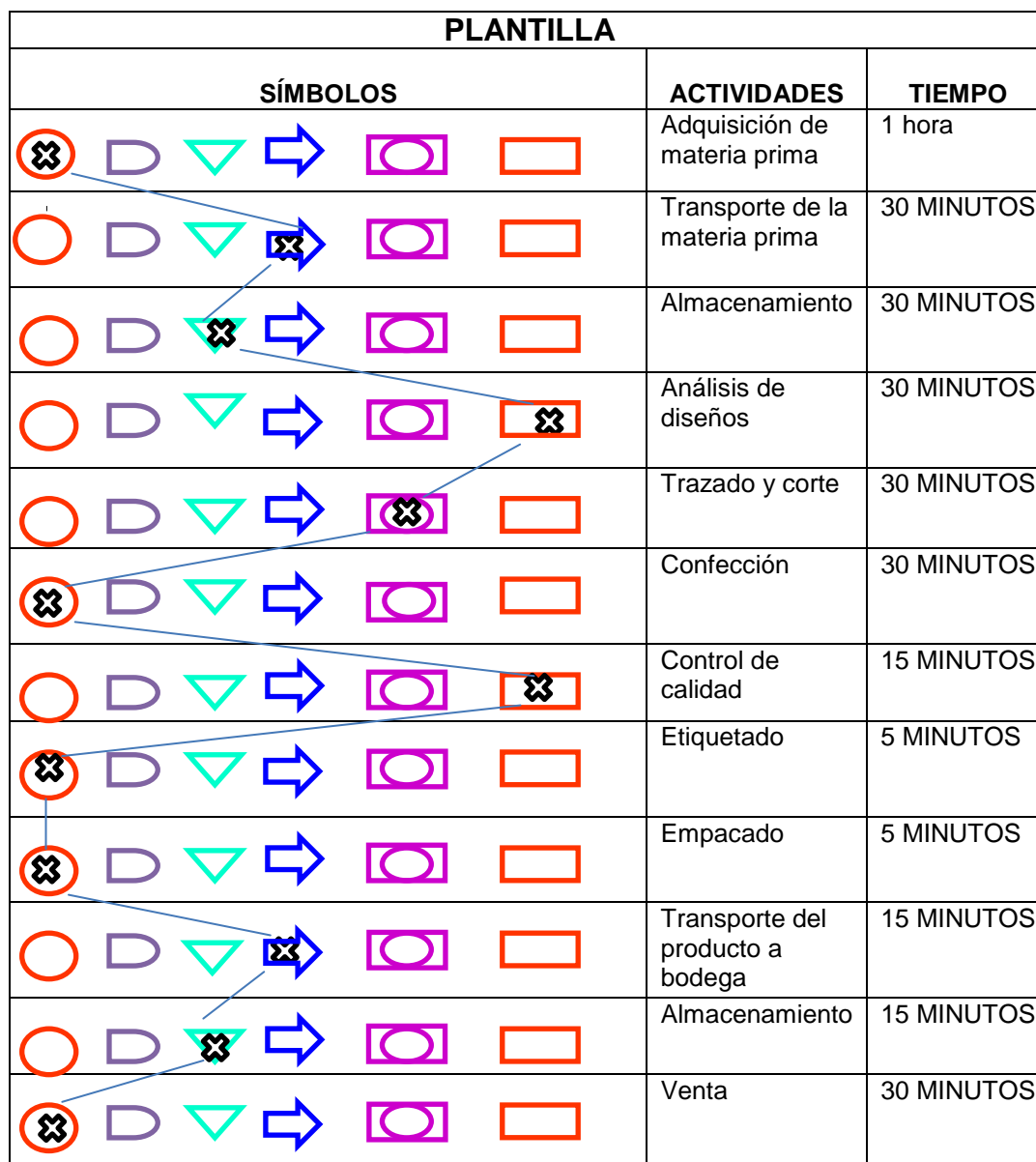
4.7. FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

CUADRO Nº. 28 Flujograma de Producción de Pañales



Elaborado por: **La autora de la investigación**

GRÁFICO N°. 28 Flujograma de procesos



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora de la investigación

RESUMEN		N°
• simples	Operaciones	2:10
• combinadas	Operaciones	0:30
•	Demoras	0
•	Verificación	0:45
•	Transporte	0:45
•	Almacenamiento	0:45
TIEMPO PREVISTO		4 horas 15 minutos

4.8. CURSOGRAMA ANALÍTICO

CUADRO N°. 29 Simbología

SIGNIFICADO	SÍMBOLO
OPERACIÓN	
TRANSPORTE	
ESPERA	
ALMACENAMIENTO	
VERIFICACIÓN Y CONTROL	
OPERACIÓN COMBINADA	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la autora de la investigación

4.9. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.9.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Cuenta con una infraestructura adecuada para la comodidad del personal, con iluminación, ventilación, espacio apropiado y sobre todo con una buena dirección y ambiente laboral de calidad.

En conclusión la microempresa está totalmente adecuada para el cumplimiento de lo que el cliente requiere.

4.9.2. TECNOLOGÍA

La microempresa si esta apta para la producción de este producto ya que cuenta con la tecnología necesaria para la creación del pañal ecológico.

4.9.3. MAQUINARIA Y EQUIPO

Para la definición del equipo más idóneo se ha considerado tres factores:

- ✓ Velocidad: Cantidad de pañales que puede producir al día.
- ✓ Desperdicio: Unidades producidas y que no cumplen con las especificaciones de calidad
- ✓ Tiempo Perdido: Tiempo que se pierde cuando la máquina esta sin producir por reparaciones, mantenimiento o calibraciones

a. OVERLOCK, MARCA HOSEKI

Velocidad.- 3200 rpm (alta)

Hilado.- 4 hilos, soporta dos sedas (poliéster) en sus dos lupers y un hilo (poli algodón) en la aguja.

Agujas.- 9/14, 8/12, 75/11

Función.- cose todo tipo de prendas a alta velocidad. Además tiene un acople para pegar elástico útil en la confección del pañal.

GRÁFICO N°. 29 Maquina Overlock



Fuente:Investigación directa

Elaborado por: La autora de la investigación

b. RECUBRIDORA, MARCA HOSEKI

Velocidad.- 2800 rpm (media)

Hilado.- 5 hilos, soporta uno de sedas (poliéster) en su lupers y un hilo (poli algodón) en la aguja y otro para la cadena

Agujas.- 90/14, 80/12

Función.- realiza costuras terminadas (doblado de extremos de prendas)

GRÁFICO N°. 30 Maquina Recubridora



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora de la investigación

c. RECTA, MARCA HOSEKI

Velocidad.- 2800 rpm (media)

Hilado.- 2 hilos, usa poli algodón en el carrete y en la aguja.

Agujas.- 90/14, 80/12

Función.- realiza costuras en cadena recta.

GRÁFICO N°. 31 Maquina recta



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autorade la investigación

d. ELASTICADORA, MARCA HOSEKI

Velocidad.- 2800 rpm (media)

Hilado.- 6 hilos, capas de usar sedas (poliéster) en sus dos lupers y un hilo (poli algodón) en la aguja.

Agujas.- 90/14 gas, 80/12gas

GRÁFICO N°. 32 Elasticadora, Marca Hoseki



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autorade la investigación

e. CORTADORA, MARCA HOSEKI

Sirve para cortar la tela en varias capas con un máximo de 36 vueltas. Tiene una cuchilla de 8 pulgadas con filo.

GRÁFICO N°. 33 Cortadora



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora de la investigación

4.10. INVERSIONES FIJAS

Dichos costos vienen dados por el activo fijo tangible los cuales son necesarios para el inicio de las operaciones y para el desarrollo como son la adquisición de las máquinas para la producción de los pañales. Por tal motivo se consideró que las inversiones se las realizara en un periodo pre-operativo y no serán modificadas durante los primeros 5 años de ejecución del proyecto. La adquisición de los activos fijos se lo realizara de la siguiente manera:

- **TERRENOS Y OBRAS CIVILES**

CUADRO Nº. 30 Terreno

ÍTEM	UNIDAD DE MEDIDA	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	TAMAÑO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno	m2	Oposición arcilloso	200	20	4000

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

De acuerdo al requerimiento para el desarrollo del proyecto es necesario la construcción de algunas áreas como: área administrativa, bodegas de materia prima y producto terminado, para el almacenamiento de las prendas.

- **ACTIVOS FIJOS DE OFICINA Y VENTAS**

Para su buen funcionamiento la microempresa requiere de equipos de computación para cada uno de los departamentos, equipos de oficina que son impresoras, teléfonos, sumadoras, fax entre otros los cuales son necesarios para las actividades productivas y comerciales de la microempresa.

Los muebles y enseres corresponden a cada área administrativa, de producción y comercialización de la microempresa y el vehículo para el área de ventas.

De acuerdo al requerimiento para el desarrollo del proyecto es necesario la construcción de algunas áreas como: área administrativa, bodegas de materia prima y producto terminado, para el almacenamiento de las prendas.

CUADRO Nº 31. Obras Civiles

ÁREAS	UNIDAD DE MEDIDA	TAMAÑO			COSTO	COSTO
		LARGO	ANCHO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL
Gerencia	m2	4,50	3,00	13,50	40,00	540,00
Contabilidad	m2	4,00	3,25	13,00	40,00	520,00
Producción	m2	4,50	3,00	13,50	40,00	540,00
Comercialización	m2	4,75	2,50	11,88	40,00	475,20
Recepción	m3	3,50	4,25	14,88	40,00	595,20
Bodega MP	m3	5,00	2,50	12,50	40,00	500,00
Bodega PT	m2	4,75	2,50	11,88	40,00	475,20
Sala de reuniones	m3	5,75	3,25	18,69	40,00	747,60
Empaque	m2	5,50	2,50	13,75	40,00	550,00
Corte	m2	5,50	3,00	16,50	40,00	660,00
Confección	m2	5,50	4,50	24,75	40,00	990,00
Garaje	m2	4,75	3,25	15,44	40,00	617,60
Baño	m2	2,00	3,00	6,00	40,00	240,00
Entrada	m2	11,00	1,25	13,75	40,00	550,00
TOTAL				200,00		8000,80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

CUADRO N°. 32 Activo Fijo de Oficina y Ventas

Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Equipo de computación			
Equipo de computación	5	550,00	2.750,00
Equipo de oficina			
Sumadora	2	45,00	90,00
Copiadora - Impresora	1	921,00	921,00
Teléfono - Fax	1	120,00	120,00
Teléfono	3	55,00	165,00
Muebles y enseres			
Escritorio	3	175,00	525,00
Archivador metálico	5	89,00	445,00
Sillas ejecutivas	5	65,00	325,00
Sillas de espera	3	61,00	183,00
Mesa de reuniones	1	850,00	850,00
Sillas	15	26,00	390,00
Estanterías	2	130,00	260,00
Vehículo			
Vehiculó	1	16.400,00	16.400,00
TOTAL			22.503,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

• MAQUINARIA

Será necesario adquirir maquinaria y equipo, para realizar el corte y confección de los pañales ecológicos.

CUADRO N°. 33 Maquinaria

EQUIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Máquina Elasticadora	1	1.563,00	1.563,00
Máquina Recubridora	1	1.200,00	1.200,00
Máquina Overlock	1	1.372,00	1.372,00
Máquina recta industrial	1	520,00	520,00
Cortadora	1	140,00	140,00
Mesa tablero	1	300,00	300,00
TOTAL			5.095,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

A continuación se presenta un resumen de todos recursos que necesita la microempresa a instalarse en cuanto a inversiones fijas se refiere.

CUADRO N° 34 Resumen Inversiones Fijas

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno y obras civiles	12.000,80
Maquinaria	5.095,00
Activo fijo de oficina y ventas	22.503,00
TOTAL	41.598,80

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

CUADRO N°. 35 Resumen de Inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES	
ACTIVOS	
ADMINISTRACION	
Inmuebles	4.000,00
Construcciones	8.000,00
Bienes muebles y enseres	2.978,00
Equipos de oficina	375,00
Equipos de seguridad	810,08
Equipos y paquetes informáticos	4.171,00
Subtotal	20.334,80
PRODUCCION	
Vehículos	16.400,00
Maquinaria y equipo	5.095,00
Subtotal	21.495,00
Capital de trabajo	14.170,92
TOTAL	56.000,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

CUADRO N°. 36 Cuadro de Inversiones

CUADRO DE INVERSIONES		
DESCRIPCIÓN		
1	INVERSION VARIABLE	14.170,92
2	INVERSION FIJA	41.829,08
TOTAL		56.000.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

4.10.1. INVERSIÓN DIFERIDA

Las inversiones diferidas están constituidas por los gastos e inversiones necesarias para implementar la infraestructura inicial con la que comenzara a trabajar.

CUADRO N° 37Gasto Constitución

CONCEPTO	TOTAL USD
Estudios y diseños	500,00
Tramites de constitución	1.000,00
Gasto de instalación	500,00
TOTAL	2.000,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

4.10.2. CAPITAL DE TRABAJO

El siguiente cuadro representa la inversión variable del proyecto. Para el cual se tomó en cuenta lo requerido para la operación del primer mes de la microempresa.

Cuadro Nro. 38 Capital de Trabajo

DESCRIPCION	1 MES
Costos de producción	9.799,19
Proyección de gastos	2.537,29
Proyección gastos de ventas	1.536,48
Proyección gastos financieros	297,95
TOTAL	14.170,92

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

4.10.3. TALENTO HUMANO

El talento humano indispensable para la puesta en marcha de esta microempresa se detalla a continuación, tomando en cuenta los sueldos y salarios para el año 2012 publicados en la página Web del Ministerio de Relaciones Laborales.

CUADRO N°. 39 Talento Humano

CARGO	CANTIDAD	SUELDO
Gerente-Administrador	1	500,00
Secretaria	1	292,87
Contador	1	293,75
Jefe producción	1	350,00
Empacador	1	292,00
Costureras	4	294,92
Patronista-Cortador	1	294,92
Bodeguero	1	350,00

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: la autora

4.10.4. Publicidad

CUADRO N° 40 Publicidad

CONCEPTO	2012	2013	2014	2015	2016
PUBLICIDAD	565,00	595,67	627,79	661,75	697,55

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CAPITULO VI

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. INTRODUCCIÓN

El estudio Económico financiero es la sistematización contable, financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y técnico, que facilitan la verificación de los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con sus obligaciones operacionales, y finalmente, la organización financiera. Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos.

5.2. DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

5.2.1. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo calculado es para un mes tiempo en el cual ingresarán los primeros flujos por la venta de pañales.

Cuadro Nro. 41 Resumen Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	1 MES
Costos de producción	9.799,19
Proyección de gastos	2.537,29
Proyección gastos de ventas	1.536,48
Proyección gastos financieros	297,95
TOTAL	14.170,92

Elaborado por: La Autora

5.2.2. INVERSIÓN VARIABLE

Entre los rubros que conforman este tipo de inversión, denominada también capital de trabajo, se encuentran:

a. MANO DE OBRA DIRECTA

Comprende los trabajadores del área de producción los cuales aportarán con la fabricación de los pañales ecológicos en los que constan un jefe de producción, tres costureras, un patronista cortador, un empacador.

b. MATERIA PRIMA DIRECTA

Comprende los rubros relacionados con materiales como telas para la producción de pañales desechables ecológicos.

Dentro del rubro de materia prima se encuentran todos aquellos insumos que tienen que ver directamente o forman parte del producto.

Para la ejecución del proyecto la materia prima directa que se estima utilizar es: Cantidad de materias primas estimadas para la ejecución del proyecto.

c. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Son todos los insumos adicionales como etiquetas, servicios básicos, Agujas, depreciaciones que forman parte de la fabricación de pañales.

5.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para la determinación del ingreso por ventas, se estableció el volumen de ventas y el precio de venta obtenido del estudio de mercado, cuyos valores son:

Cuadro Nro. 42 Costo de los pañales

AÑO	PAÑALES	COSTO UNIT	TOTAL
2012	35.194	5,16	181.567,42
2013	35.930	5,53	198.805,47
2014	36.681	5,85	214.757,00
2015	37.447	6,20	232.073,52
2016	38.230	6,56	250.874,07

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 43 Presupuesto de Ventas

PAÑALES ECOLOGICOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Cantidad	35194,1	35929,65	36680,58	37447,21	38229,86
Precio	5,75	6,061075	6,3889792	6,7346229	7,098966
ANUAL	202366,08	217772,3	234351,46	252192,84	271392,48

Elaborado: La Autora

5.4. PRESUPUESTO DE EGRESOS

Los costos de producción son necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria y equipo y otros. Está formado por tres elementos que son: Materia Prima, Mano de Obra Directa y Gastos Generales de Fabricación.

Los costos utilizados en la fabricación son recuperables en el momento de la venta del producto, siempre y cuando su venta sea mayor al punto de equilibrio, caso contrario es eminente la pérdida.

5.4.1. MATERIA PRIMA DIRECTA

En el proceso de producción, es el elemento más importante, constituyendo para la fabricación de pañales ecológicos.

Cuadro Nro. 44 Materia Prima Directa

Materia Prima Directa						
DESCRIPCION		2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
1	Tela impermeable PUL					
	metros	11.731,37	11.976,55	12.226,86	12.482,40	12.743,29
	Valor unitario	3,00	3,16	3,33	3,51	3,70
	Valor anual	35.194,10	37.873,44	40.756,78	43.859,62	47.198,69
2	Tela Microvellón PUL					
	Yardas	11.731,37	11.973,03	12.219,68	12.471,40	12.728,31
	Valor unitario	3,00	3,16	3,33	3,51	3,70
	Valor anual	35.194,10	37.862,32	40.732,83	43.820,97	47.143,23
3	Elásticos					
	metros	11.731,00	11.972,66	12.219,30	12.471,01	12.727,92
	Valor unitario	0,20	0,21	0,22	0,23	0,25
	Valor anual	2.346,20	2.524,08	2.715,44	2.921,31	3.142,78
	TOTAL	72.734,40	78.259,84	84.205,05	90.601,90	97.484,71

Elaborado: La Autora

5.4.2. MANO DE OBRA DIRECTA

La fábrica requiere de seis obreros en la que está incluido el jefe de producción, que hayan trabajado en empresas similares y recibirán un ingreso que comprende: Salario y los componentes salariales como: Sueldo Básico, Aporte Patronal, Fondo de reserva, Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo. Este tipo de trabajador comprende aquellos que están relacionados con la fabricación de pañales desechables ecológicos con el crecimiento anual de salarios, tomando en cuenta que este porcentaje está en concordancia con la subida de los dos últimos años que es el 10% Anual.

Cuadro Nro. 45 Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
JEFE DE PRODUCCIÓN	550,00	605,00	665,50	732,05	805,26
COSTURERA 1	294,92	324,41	356,85	392,54	431,79
COSTURERA 2	294,92	324,41	356,85	392,54	431,79
COSTURERA 3	294,92	324,41	356,85	392,54	431,79
COSTURERA 4	294,92	324,41	356,85	392,54	431,79
EMPACADOR	292,00	321,20	353,32	388,65	427,52
PATRONISTA CORTADOR	294,92	324,41	356,85	392,54	431,79
BODEGUERO	292,00	321,20	353,32	388,65	427,52
MENSUAL	2.608,60	2.869,46	3.156,41	3.472,05	3.819,25
ANUAL	31.303,20	34.433,52	37.876,87	41.664,56	45.831,02
MANO DE OBRA DIRECTA					
SUELDO ANUAL					
DESCRIPCION	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
Salario Básico Unificado	31.303,20	34.433,52	37.876,87	41.664,56	45.831,02
Vacaciones	1.304,30	1.434,73	1.578,20	1.736,02	1.909,63
Aporte Patronal	3.803,34	4.183,67	4.602,04	5.062,24	5.568,47
Fondos de Reserva	-	2.868,31	3.155,14	3.470,66	3.817,72
Décimo Tercero	2.608,60	2.869,46	3.156,41	3.472,05	3.819,25
Décimo Cuarto	2.336,00	2.569,60	2.826,56	3.109,22	3.420,14
TOTAL	41.355,44	48.359,29	53.195,22	58.514,75	64.366,22

Elaborado: La Autora

5.4.3. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Para la fabricación de pañales desechables ecológicos la microempresa requiere de insumos como etiquetas, materiales indirectos, servicios básicos de acuerdo a los siguientes cuadros.

Cuadro Nro. 46 Servicios Básicos de Producción

Servicios Básicos de Producción						
DESCRIPCION	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	
1	Energía Eléctrica					
Meses	12	12	12	12	12	
Valor mensual	30,00	31,62	33,33	35,14	37,04	
Valor anual	360,00	379,48	400,01	421,65	444,46	
2	Agua Potable					
Meses	12	12	12	12	12	
Valor mensual	5,00	5,27	5,56	5,86	6,17	
Valor anual	60,00	63,25	66,67	70,27	74,08	
3	Teléfono					
Meses	12	12	12	12	12	
Valor mensual	5,00	5,27	5,56	5,86	6,17	
Valor anual	60,00	63,25	66,67	70,27	74,08	
4	Transporte					
Meses	12	12	12	12	12	
Valor mensual	44,00	46,38	48,89	51,53	54,32	
Valor anual	528,00	556,56	586,67	618,41	651,87	
TOTAL	1.008,00	1.062,53	1.120,02	1.180,61	1.244,48	

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 47 Insumos

Insumos						
DESCRIPCION	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016	
1 Pinzas						
Kits	50	51	52	53	54	
Valor unitario	2,00	2,11	2,22	2,34	2,47	
Valor anual	100,00	107,58	115,74	124,51	133,95	
2 Agujas						
Paquetes	5	5	5	5	5	
Valor unitario	1,00	1,05	1,11	1,17	1,23	
Valor anual	5,00	5,38	5,79	6,23	6,70	
3 Tornillos y broches						
Kits	500	513	526	540	554	
Valor unitario	4,00	4,22	4,44	4,68	4,94	
Valor anual	2.000,00	2.163,01	2.339,31	2.529,98	2.736,19	
4 Lijas						
metros	30	31	31	32	33	
Valor unitario	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62	
Valor anual	15,00	16,14	17,36	18,68	20,09	
5 Cuchillas						
Kilos	50	51	52	53	54	
Valor unitario	0,85	0,90	0,94	1,00	1,05	
Valor anual	42,50	45,72	49,19	52,92	56,93	
6 Etiquetas de barra						
Cantidad	33.000	33.680	34.374	35.082	35.804	
Valor unitario	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	
Valor anual	330,00	355,02	381,93	410,89	442,04	
TOTAL	2.492,50	2.692,85	2.909,32	3.143,21	3.395,91	

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 48 Proyección de Costos de Producción

Costos de Producción					
DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
Materia Prima Directa	72.734,40	78.259,84	84.205,05	90.601,90	97.484,71
Mano de Obra Operativa	41.355,44	48.359,29	53.195,22	58.514,75	64.366,22
CIF	7.290,00	7.544,88	7.818,84	8.113,31	8.429,89
TOTAL	121380,94	134.164,02	145.219,11	157.229,96	170.280,82

Elaborado: La Autora

5.2. COSTOS DE DISTRIBUCIÓN

a. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos contendrán los sueldos y salarios del personal, con un aumento del 10 % por cada año, los suministros de oficina, material y de aseo, servicios básicos con un incremento por inflación del 5,41% para cada año. El personal Administrativo está conformado por un gerente, una secretaria, y una contadora.

Cuadro Nro. 49 Gastos Personal Administrativo

GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2012	2013	2014	2015	2016
GERENTE	800,00	880,00	968,00	1.064,80	1.171,28
SECRETARIA	400,00	440,00	484,00	532,40	585,64
CONTADOR (A)	550,00	605,00	665,50	732,05	805,26
MENSUAL	1.750,00	1.925,00	2.117,50	2.329,25	2.562,18
ANUAL	21.000,00	23.100,00	25.410,00	27.951,00	30.746,10
SUELDO ANUAL					
DESCRIPCION	2012	2013	2014	2015	2016
Salario Básico Unificado	21.000,00	23.100,00	25.410,00	27.951,00	30.746,10
Vacaciones	875,00	962,50	1.058,75	1.164,63	1.281,09
Aporte Patronal	2.551,50	2.806,65	3.087,32	3.396,05	3.735,65
Fondos de Reserva	-	1.924,23	2.116,65	2.328,32	2.561,15
Décimo Tercero	1.750,00	1.925,00	2.117,50	2.329,25	2.562,18
Décimo Cuarto	876,00	963,60	1.059,96	1.165,96	1.282,55
TOTAL	27.052,50	31.681,98	34.850,18	38.335,20	42.168,72

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 50 Servicios Básicos Administrativos

Servicios Básicos Administrativos						
DESCRIPCION		2012	2013	2014	2015	2016
1	Energía eléctrica					
	Meses	12	12	12	12	12
	Valor mensual	30,00	31,62	33,33	35,14	37,04
	Valor anual	360,00	379,48	400,01	421,65	444,46
2	Agua Potable					
	Meses	12	12	12	12	12
	Valor mensual	5,00	5,27	5,56	5,86	6,17
	Valor anual	60,00	63,25	66,67	70,27	74,08
3	Teléfono					
	Meses	12	12	12	12	12
	Valor mensual	5,00	5,27	5,56	5,86	6,17
	Valor anual	60,00	63,25	66,67	70,27	74,08
	TOTAL	480,00	505.97	533,34	562.19	592.61

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 51 Materiales de Aseo

Materiales de Aseo						
DESCRIPCION	2012	2013	2014	2015	2016	
1	Escobas					
	Cantidad	12	12	12	12	12
	Valor Unitario	3,00	3,16	3,33	3,51	3,70
	Valor anual	36,00	37,95	40,00	42,16	44,45
2	Trapeador					
	Cantidad	12	12	12	12	12
	Valor Unitario	4,00	4,22	4,44	4,68	4,94
	Valor anual	48,00	50,60	53,33	56,22	59,26
3	Desinfectante					
	Cantidad	8	8	8	8	8
	Valor Unitario	4,00	4,22	4,44	4,68	4,94
	Valor anual	32,00	33,73	35,56	37,48	39,51
4	Recogedor					
	Cantidad	2	2	2	2	2
	Valor Unitario	5,00	5,27	5,56	5,86	6,17
	Valor anual	10,00	10,54	11,11	11,71	12,35
5	Vileda					
	Cantidad	6	6	6	6	6
	Valor Unitario	1,20	1,26	1,33	1,41	1,48
	Valor anual	7,20	7,59	8,00	8,43	8,89
	TOTAL	133,20	140,41	148,00	156,01	164,45

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 52 Materiales de Oficina

Materiales de Oficina					
DESCRIPCION	2012	2013	2014	2015	2016
1	Carpetas archivadoras				
Cantidad	15	15	15	15	15
Valor Unitario	2,90	3,06	3,22	3,40	3,58
Valor anual	43,50	45,85	48,33	50,95	53,71
2	Carpetas Cartón				
Cantidad	50	50	50	50	50
Valor Unitario	0,22	0,23	0,24	0,26	0,27
Valor anual	11,00	11,60	12,22	12,88	13,58
3	Dispensador cinta				
Cantidad	6	6	6	6	6
Valor Unitario	1,79	1,89	1,99	2,10	2,21
Valor anual	10,74	11,32	11,93	12,58	13,26
4	Borradores caja				
Cantidad	1	1	1	1	1
Valor Unitario	6,43	6,78	7,14	7,53	7,94
Valor anual	6,43	6,78	7,14	7,53	7,94
5	Clips mariposa				
Cantidad	1	1	1	1	1
Valor Unitario	0,89	0,94	0,99	1,04	1,10
Valor anual	0,89	0,94	0,99	1,04	1,10
6	Saca grapas				
Cantidad	6	6	6	6	6
Valor Unitario	0,53	0,56	0,59	0,62	0,65
Valor anual	3,18	3,35	3,53	3,72	3,93
7	Grapas caja				
Cantidad	6	6	6	6	6
Valor Unitario	0,85	0,90	0,94	1,00	1,05
Valor anual	5,10	5,38	5,67	5,97	6,30
8	Tijeras				
Cantidad	6	6	6	6	6
Valor Unitario	1,79	1,89	1,99	2,10	2,21
Valor anual	10,74	11,32	11,93	12,58	13,26
9	Lápices caja				
Cantidad	1	6	6	6	6
Valor Unitario	5,27	5,56	5,86	6,17	6,51
Valor anual	5,27	33,33	35,13	37,03	39,04
10	Regla Metálica				
Cantidad	6	6	6	6	6
Valor Unitario	0,89	0,94	0,99	1,04	1,10
Valor anual	5,34	5,63	5,93	6,25	6,59
11	Cinta adhesiva				
Cantidad	15	15	15	15	15
Valor Unitario	0,40	0,42	0,44	0,47	0,49
Valor anual	6,00	6,32	6,67	7,03	7,41

12	Clips Caja				
	Cantidad	6	6	6	6
	Valor Unitario	0,22	0,23	0,24	0,26
	Valor anual	1,32	1,39	1,47	1,55
13	Corrector				
	Cantidad	6	6	6	6
	Valor Unitario	1,34	1,41	1,49	1,57
	Valor anual	8,04	8,47	8,93	9,42
14	Carpetas colgantes				
	Cantidad	50	50	50	50
	Valor Unitario	0,43	0,45	0,48	0,50
	Valor anual	21,50	22,66	23,89	25,18
15	Grapadora				
	Cantidad	6	6	6	6
	Valor Unitario	8,26	8,71	9,18	9,67
	Valor anual	49,56	52,24	55,07	58,05
16	Perforadora				
	Cantidad	6	6	6	6
	Valor Unitario	42,86	45,18	47,62	50,20
	Valor anual	257,16	271,07	285,74	301,20
17	Esferos (caja)				
	Cantidad	1	1	1	1
	Valor Unitario	5,13	5,41	5,70	6,01
	Valor anual	5,13	5,41	5,70	6,01
18	Papel Bond				
	Cantidad (resma)	6	6	6	6
	Valor Unitario	4,25	4,48	4,72	4,98
	Valor anual	25,50	26,88	28,33	29,87
19	Factureros				
	Cantidad	30	30	30	30
	Valor Unitario	10,18	10,73	11,31	11,92
	Valor anual	305,40	321,92	339,34	357,70
	TOTAL	781,80	851,87	897,96	946,54

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 53 Gastos de Instalación y Constitución

Gastos de Instalación y Constitución					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estudio del diseño	500,00	-	-	-	-
Tramites Constitución	1.000,00	-	-	-	-
Tramites Instalación	500,00	-	-	-	-
TOTAL	2.000,00	-	-	-	-

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 54 Gastos Administrativos

Proyección Gastos Administrativos					
DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
	-	-	-	-	-
Materiales de Aseo	133,20	140,41	148,00	156,01	164,45
Materiales de Oficina	781,80	851,87	897,96	946,54	997,74
Servicios Básicos Administrativos	480,00	505,97	533,34	562,19	592,61
Gastos de Instalación y Constitución	2.000,00	-	-	-	-
Sueldos Administrativos	27.052,50	31.681,98	34.850,18	38.335,20	42.168,72
TOTAL	30.447,50	33.180,23	36.429,48	39.999,94	43.923,52

Elaborado: La Autora

b. GASTOS DE VENTAS

Cuadro Nro. 55 Gasto de Personal de Ventas

GASTOS PERSONAL VENTAS					
DESCRIPCION	2012	2013	2014	2015	2016
Salario Básico Unificado	13.635,60	14.999,16	16.499,08	18.148,98	19.963,88
Vacaciones	568,15	624,97	687,46	756,21	831,83
Aporte Patronal	1.656,73	1.822,40	2.004,64	2.205,10	2.425,61
Fondos de Reserva	-	1.249,43	1.374,37	1.511,81	1.662,99
Décimo Tercero	1.136,30	1.249,93	1.374,92	1.512,42	1.663,66
Décimo Cuarto	876,00	963,60	1.059,96	1.165,96	1.282,55
TOTAL	17.872,78	20.909,48	23.000,43	25.300,47	27.830,52

Elaborado: La Autora

5.2.3. DEPRECIACIÓN

Las depreciaciones están calculadas en concordancia a la último Código de Régimen Tributario Interno:

Cuadro Nro. 56 Tabla depreciaciones

TABLA DE DEPRECIACIONES SRI 2012		
NRO	CUENTA	PORCENTAJE
1	Eificaciones	5 % anual
2	Vehículos	20% anual
3	Maquinaria y equipo	10 % anual
4	Bienes Muebles	10 % anual
5	Equipos de computación	33,33% anual

Elaborado: La Autora

Fuente Formulario 101 SRI

Cuadro Nro. 57 Resumen Depreciaciones

RESUMEN GASTO DEPRECIACION								
Nº	DESCRIPCION	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
	Administración							
1	Contrucciones	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	2.000,00	6.000,00
2	Bienes Muebles y Enseres	297,80	297,80	297,80	297,80	297,80	1.489,00	1.489,00
3	Equipos de Oficina	297,80	297,80	298,14	298,14	298,14	1.490,02	1.487,98
4	Equipos de Seguridad	83,63	83,63	83,63	83,63	83,63	418,11	418,11
5	Equipos y Paquetes Informáticos	1.390,33	1.390,33	1.390,33	-	-	4.171,00	-
6	Computacón (Reinversión)	-	-	-	1.390,33	1.390,33	2.780,67	1.390,33
	SUBTOTAL	2.469,56	2.469,56	2.469,90	2.469,90	2.469,90	12.348,80	10.785,42
	Producción							
1	Maquinaria y Equipo	509,50	509,50	509,50	509,50	509,50	2.547,50	2.547,50
2	Vehículos	3.280,00	3.280,00	3.280,00	3.280,00	3.280,00	16.400,00	-
	SUBTOTAL	3.789,50	3.789,50	3.789,50	3.789,50	3.789,50	18.947,50	2.547,50
	TOTAL	6.259,06	6.259,06	6.259,40	6.259,40	6.259,40	31.296,30	13.332,92

Elaborado: La Autora

5.2.4. GASTO FINANCIERO**Cuadro Nro. 58 Gasto Financiero**

DETALLE DEL CAPITAL		
DESCRIPCION	VALOR	%
Aporte Socios	21000	37,5
Préstamo	35000	62,5
TOTAL	56000	100

Elaborado: La Autora

Para que la empresa funcione se requiere de un capital de \$ 56.000,00, de los cuales el 37,50 % se financia con recurso propios esto es \$ 21.000,00 y el 62,50 % se financiará con recursos externos mediante un crédito bancario de \$ 35.000, a un plazo de cinco años con una tasa de interés del 11 % anual, los pagos se los hará en forma mensual.

Crédito

Monto: USD. 35.000,00
 Interés: 11 %
 Plazo: 5 años

$$VP = \frac{VF \times i \times (1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

$$VP = \frac{35000 \times 0,00916666 \times (1+0,00916666)^{60}}{[(1+0,00916666)^{60} - 1]} = 760,98$$

Cuadro Nro. 59 Tasa de Interés Anual Crédito Financiero

TABLA DE INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO						
CONCEPTO	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL
INTERES	3.575,40	2.932,43	2.215,05	1.414,65	521,64	10.659,17
CAPITAL	5.556,36	6.199,33	6.916,71	7.717,11	8.610,49	35.000,00
TOTAL	9.131,76	9.131,76	9.131,76	9.131,76	9.132,13	45.659,17

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 60 Tabla de amortización

Nro.	VALOR PRESENTE	INTERES	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	760,98	320,83	440,15	34.559,85
2	760,98	316,80	444,18	34.115,67
3	760,98	312,73	448,25	33.667,42
4	760,98	308,62	452,36	33.215,06
5	760,98	304,47	456,51	32.758,55
6	760,98	300,29	460,69	32.297,85
7	760,98	296,06	464,92	31.832,94
8	760,98	291,80	469,18	31.363,76
9	760,98	287,50	473,48	30.890,28
10	760,98	283,16	477,82	30.412,46
11	760,98	278,78	482,20	29.930,26
12	760,98	274,36	486,62	29.443,64
13	760,98	269,90	491,08	28.952,56
14	760,98	265,40	495,58	28.456,98
15	760,98	260,86	500,12	27.956,86
16	760,98	256,27	504,71	27.452,15
17	760,98	251,64	509,34	26.942,81
18	760,98	246,98	514,00	26.428,81
19	760,98	242,26	518,72	25.910,09
20	760,98	237,51	523,47	25.386,62
21	760,98	232,71	528,27	24.858,35
22	760,98	227,87	533,11	24.325,24
23	760,98	222,98	538,00	23.787,24
24	760,98	218,05	542,93	23.244,31
25	760,98	213,07	547,91	22.696,40

26	760,98	208,05	552,93	22.143,47
27	760,98	202,98	558,00	21.585,47
28	760,98	197,87	563,11	21.022,36
29	760,98	192,70	568,28	20.454,08
30	760,98	187,50	573,48	19.880,60
31	760,98	182,24	578,74	19.301,86
32	760,98	176,93	584,05	18.717,81
33	760,98	171,58	589,40	18.128,41
34	760,98	166,18	594,80	17.533,61
35	760,98	160,72	600,26	16.933,35
36	760,98	155,22	605,76	16.327,60
37	760,98	149,67	611,31	15.716,29
38	760,98	144,07	616,91	15.099,37
39	760,98	138,41	622,57	14.476,80
40	760,98	132,70	628,28	13.848,53
41	760,98	126,94	634,04	13.214,49
42	760,98	121,13	639,85	12.574,64
43	760,98	115,27	645,71	11.928,93
44	760,98	109,35	651,63	11.277,30
45	760,98	103,38	657,60	10.619,70
46	760,98	97,35	663,63	9.956,06
47	760,98	91,26	669,72	9.286,35
48	760,98	85,12	675,86	8.610,49
49	760,98	78,93	682,05	7.928,44
50	760,98	72,68	688,30	7.240,14
51	760,98	66,37	694,61	6.545,53
52	760,98	60,00	700,98	5.844,55
53	760,98	53,57	707,41	5.137,14
54	760,98	47,09	713,89	4.423,25
55	760,98	40,55	720,43	3.702,82
56	760,98	33,94	727,04	2.975,78
57	760,98	27,28	733,70	2.242,08
58	760,98	20,55	740,43	1.501,65
59	760,98	13,77	747,21	754,44
60	761,35	6,92	754,43	0,00
TOTALES	45.659,17	10.659,17	35.000,00	

Elaborado: La Autora

5.3. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.

5.3.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Para el Balance General se consideró las cuentas de Activos así como las de Pasivos y Patrimonio que posee la microempresa en un inicio:

Cuadro Nro. 61
Estado de Situación Inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL			
GREEN BABY			
DEL 1 DE ENERO DEL AÑO 0			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE OPERAC.	14.170,92	Pasivo a Largo Plazo	35.000,00
Activos disponibles	14.170,92	TOTAL PASIVO	35.000,00
Caja Bancos	14.170,92		
ACTIVO FIJO	20.334,08		
Administrativos			
Inmuebles	4.000,00		
Construcciones	8.000,00		
Bienes Muebles y Enseres	2.978,00		
Equipos de Oficina	375,00	PATRIMONIO	
Equipos de Seguridad	810,08	Capital Propio	21.000,00
Equipos y Paquetes Infor.	4.171,00	TOTAL PATRIMONIO	21.000,00
Producción	21.495,00		
Maquinaria y Equipo	5.095,00		
Vehículos	16.400,00		
TOTAL ACTIVO	56.000,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	56.000,00

Elaborado: La Autora

5.3.2. ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO

A continuación se describen todas las cuentas y sub cuentas proyectadas, obteniéndose por diferencia la pérdida o ganancia neta que la oficina generará en cada año de la vida útil del proyecto.

Cuadro Nro. 62 Estado de Resultados

Proyección Costos de Producción					
DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
Materia Prima Directa	72.734,40	78.259,84	84.205,05	90.601,90	97.484,71
Mano de Obra Operativa	41.355,44	48.359,29	53.195,22	58.514,75	64.366,22
Costos Indirectos de Fabricación	7.290,00	7.544,88	7.818,84	8.113,31	8.429,89
TOTAL	121.380,94	134.164,02	145.219,11	157.229,96	170.280,82
BALANCE DE PERDIDAS O GANANCIAS PROYECTADOS					
DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
VENTAS PROYECTADAS	202.366,08	217.772,30	234.351,46	252.192,84	271.392,48
VENTAS TOTAL	202.366,08	217.772,30	234.351,46	252.192,84	271.392,48
(-) Costos producción proyectados	121.380,94	134.164,02	145.219,11	157.229,96	170.280,82
Utilidad (Pérdida) Bruta Ventas	80.985,14	83.608,28	89.132,35	94.962,88	101.111,66
GASTOS ADMINISTRACION	32.914,44	35.647,17	38.896,76	42.467,22	46.390,80
Materiales de Aseo	133,20	140,41	148,00	156,01	164,45
Materiales de Oficina	781,80	851,87	897,96	946,54	997,74
Servicios Básicos Administrativos	480,00	505,97	533,34	562,19	592,61
Gastos de Instal. y Constitución	2.000,00	-	-	-	-
Sueldos Administrativos	27.052,50	31.681,98	34.850,18	38.335,20	42.168,72
Gastos depreciación	2.466,94	2.466,94	2.467,28	2.467,28	2.467,28
Amortización	-	-	-	-	-
GASTOS VENTAS	18.437,78	21.505,05	23.628,22	25.962,22	28.528,07
Gastos Personal	17.872,78	20.909,48	23.000,43	25.300,47	27.830,52
Gastos Publicidad	565,00	595,57	627,79	661,75	697,55
Utilidad Operac. Proyectada	29.632,92	26.456,07	26.607,38	26.533,43	26.192,79
GASTOS FINANCIEROS	3.575,40	2.932,43	2.215,05	1.414,65	521,64
Intereses Pagados	3.575,40	2.932,43	2.215,05	1.414,65	521,64
Utilidad Antes Oblig. Proyect.	26.057,52	23.523,64	24.392,33	25.118,78	25.671,15
Participación trabajadores 15 %	3.908,63	3.528,55	3.658,85	3.767,82	3.850,67
Utilidades Antes Imp. Proyect.	22.148,89	19.995,09	20.733,48	21.350,96	21.820,48
Impuesto a la renta	1.351,33	1.028,26	1.139,02	1.231,64	1.302,07
Utilidad/Pérdida Neta Proyect.	20.797,56	18.966,83	19.594,46	20.119,32	20.518,40

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 63 Cálculo de Impuesto

		FRACCION BASICA	EXCEDENTE	TOTAL
BASE IMPONIBLE	22148,89	18.580,00	3.568,89	
VALOR A PAGAR		816,00	535,33	1.351,33

Elaborado: La Autora

5.3.3. ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El Estado de Flujo de Caja, permite medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene, el mismo que se establece su desglose en lo siguiente:

Cuadro Nro. 64 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS						
INVERSION	(56.000,00)					
Utilidad proyectada neta		20.797,56	18.966,83	19.594,46	20.119,32	20.518,40
(+) Depreciaciones		6.256,44	6.256,44	6.256,78	6.256,78	6.256,78
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)		-	-	-	-	13.319,85
Reinversión		-	-	-	4.171,00	-
TOTAL DE INGRESOS		27.054,00	25.223,27	25.851,24	30.547,10	40.095,04
EGRESOS						
Pago del principal		5.556,36	6.199,33	6.916,71	7.717,11	8.610,49
Otros		-	-	-	-	-
(-) Total de egresos		5.556,36	6.199,33	6.916,71	7.717,11	8.610,49
(+) Recuperación efectivo		-	-	-	-	14.170,92
FLUJO NETO	(56.000,00)	21.497,64	19.023,94	18.934,53	14.487,99	45.655,47

Elaborado: La Autora

El flujo de Caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; debido a que, con los resultados se procederá a efectuar la evaluación financiera del proyecto y poder establecer la factibilidad del mismo.

5.4. EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera tiene como objetivos calcular y estimar los beneficios netos que esperan de la inversión que se realizará en la

implementación de la oficina de asesoría, para lo cual se usa y se maneja técnicas de evaluación financiera como son: Valor Actual Neto, (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio / Costo, Período de Recuperación y Punto de Equilibrio.

5.4.1. DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL

Para realizar el cálculo del Costo del capital debemos primero establecer la TMAR (Tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión, considerando que el monto de la inversión está dividido en inversión propia y financiera, la misma que se especifica a continuación.

Cuadro Nro. 65
Calculo del Costo de Oportunidad

CALCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO						
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO	%	Decimal
INV. PROPIA	21.000,00	37,50	7,00	262,50		
INV. FINANCIERA	35.000,00	62,50	11,00	687,50		
TOTAL	56.000,00	100,00		950,00	9,50	0,09
TRM =	$(1+IF)(1+CK)-1$					
TRM=	$(1+0,0541)(1+0.095)-1$		0,15	15,42	BASE INFLACION	

Elaborado: La Autora

Para determinar el costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y financiado, estableciéndose una tasa del 7% sobre el capital propio y el 11% sobre lo financiado; luego se realiza un ajuste al costo de capital por efectos de inflación, en base a la tasa promedio de inflación del 5,41 %.

5.4.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN de un proyecto de inversión se detalla como la suma actualizada de los flujos de caja que esperamos genere a lo largo de su vida. Es decir, es igual a la diferencia entre el valor actual de sus cobros y el valor actual de sus pagos. Se trata, por tanto, de una medida de la rentabilidad absoluta de una inversión.

Fórmula de Flujo de Caja Actualizado

$$FCA = \frac{FC}{(1 + i)^n}$$

FC.- Flujo de Caja

i.- Tasa de redescuento

n.- Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto de inversión.

VAN, positivo significa que existe rentabilidad.

VAN, Negativo inversión no rentable o no atractiva.

Cuadro Nro. 66 Flujos Netos Actualizados

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS	CÁLCULO	FCA
1	21.497,64	0,87	18.625,58
2	19.023,94	0,75	14.280,33
3	18.934,53	0,65	12.314,34
4	14.487,99	0,56	8.163,64
5	45.655,47	0,49	22.288,84
	119.599,57		75.672,73

Elaborado: La Autora

VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS-INVERSION

VAN = 75672,73- 6000= 19.672,73 VAN

Interpretación: Siendo la suma de los flujos de efectivo descontados la TRM es de \$75.672,73 superior a la inversión inicial de\$ 56.000,00; la logrará cubrir la inversión inicial y generará una utilidad en torno al

movimiento del proyecto en los 5 años, generando un valor de **USD. 19.672,73 (VAN)**

5.4.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales.

La Tasa Interna de Retorno deberá ser mayor que la tasa de descuento para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo:

Tasa superior: 29 %

Tasa Inferior: 27 %

Las tasas anteriores permitieron obtener dos VAN uno positivo y otro negativo, siendo:

Cuadro Nro. 67 Flujos Netos Actualizados

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS	POSITIVO 27 %	NEGATIVO 29%
0	-56000,00	-56000,00	-56000,00
1	21497,64	16927,28	16664,84
2	19023,94	11794,86	11431,97
3	18934,53	9243,65	8820,34
4	14487,99	5569,21	5231,78
5	45655,47	13818,92	12780,39
	63599,57	1353,92	-1070,68

Elaborado: La Autora

$$FCA = \frac{FC}{(1 + i)^n}$$

$$FCA = \frac{19.023,94}{(1+0,27)^2} = 11.794,86$$

VAN 29 % = + 1.353,92

VAN 27 % = -1.070,68

$$TIR = T.I. + D.E.D.T. \left(\frac{VAN(T.I.)}{VAN(T.I.) - VAN(T.S.)} \right)$$

$$TIR = . = 27 + 2 * (1353,92 / (1353,92 + 1070,68))$$

$$TIR = 28,11681927$$

Elaborado: La Autora

La TIR para el presente proyecto es de 28,65 %. Tasa aceptable ya que supera la TRM que es del 15,42 %.

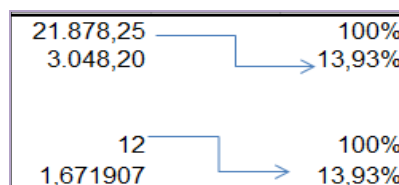
5.4.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Este indicador de evaluación permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados que recupera el proyecto.

Cuadro Nro. 68 Calculo de Periodo de la Recuperación Inversión

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	CANTIDAD	RECUPERACIÓN
1	21.497,64	18.556,44	18.556,44	18.556,44
2	19.023,94	14.174,52	14.174,52	32.730,96
3	18.934,53	12.177,73	12.177,73	44.908,69
4	14.487,99	8.043,11	8.043,11	52.951,80
5	45.655,47	21.878,25	3.048,20	56.000,00
	119.599,57	74.830,06	56.000,00	

Elaborado: La Autora



Elaborado: La Autora

La recuperación se lo hará en 4 años, 2 meses.

5.4.5. BENEFICIO/COSTO

La relación Beneficio /Costo está representada por la relación entre los Ingresos deflactados sobre los Egresos deflactados.

En el caso del presente proyecto es aconsejable implementarlo ya que la relación beneficio / costo se encuentra en **1.09**, que significa que por cada dólar que la empresa invierte, tiene un beneficio de **9** centavos.

Cuadro Nro. 69 Presupuesto de Egresos

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO/ ANOS	2012	2013	2014	2015	2016
GASTO PERSONAL					
MANO DE OBRA DIRECTA	41.355,44	48.359,29	53.195,22	58.514,75	64.366,22
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	27.052,50	31.681,98	34.850,18	38.335,20	42.168,72
GASTO DE PERSONAL DE VENTAS	17.872,78	20.909,48	23.000,43	25.300,47	27.830,52
TOTAL	86.280,71	100.950,76	111.045,83	122.150,42	134.365,46
OTROS GASTOS					
Costos Indirectos operación	3.500,50	3.755,38	4.029,34	4.323,81	4.640,39
Gastos Administrativos	3.395,00	1.498,25	1.579,30	1.664,74	1.754,80
Gastos de ventas	565,00	595,57	627,79	661,75	697,55
Gastos Financieros	3.575,40	2.932,43	2.215,05	1.414,65	521,64
Materia Prima directa	72.734,40	78.259,84	84.205,05	90.601,90	97.484,71
TOTAL	83.770,30	87.041,46	92.656,52	98.666,86	105.099,09
Depreciaciones	6.256,44	6.256,44	6.256,78	6.256,78	6.256,78
Amortizaciones	-	-	-	-	-
Utilidades trabajadores	3.908,63	3.528,55	3.658,85	3.767,82	3.850,67
Impuesto Renta	1.351,33	1.028,26	1.139,02	1.231,64	1.302,07
TOTAL PRESUPUESTO	181.567,42	198.805,47	214.757,00	232.073,52	250.874,07

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 70 Ingresos y Egresos Actualizados

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZ.	EGRESOS ACTUALIZ.
1	202.366,08	181.567,42	175.330,16	157.310,19
2	217.772,30	198.805,47	163.470,92	149.233,46
3	234.351,46	214.757,00	152.413,86	139.670,32
4	252.192,84	232.073,52	142.104,71	130.767,95
5	271.392,48	250.874,07	132.492,85	122.475,84
TOTAL	1.178.075,16	1.078.077,49	765.812,50	699.457,75

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 71 Beneficio costo

BENEFICIO COSTO		COSTO BENEFICIO
=	$\frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}} = \frac{765812,5043}{699457,7534} = 1,094865988$	

Elaborado: La Autora

5.4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\text{PE\$} = \text{PE unidades} * \text{Pvu}$$

Cuadro Nro. 72 Proyección del Punto de Equilibrio

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS					
VENTAS	202.366,08	217.772,30	234.351,46	252.192,84	271.392,48
COSTOS FIJOS					
MANO DE OBRA DIRECTA					
Sueldos Personal administrativo	27.052,50	31.681,98	34.850,18	38.335,20	42.168,72
Sueldos Personal Ventas	17.872,78	20.909,48	23.000,43	25.300,47	27.830,52
MANO DE OBRA DIRECTA	41.355,44	48.359,29	53.195,22	58.514,75	64.366,22
Gastos de ventas	565,00	595,57	627,79	661,75	697,55
Gastos Administrativos	3.395,00	1.498,25	1.579,30	1.664,74	1.754,80
Gastos financieros	3.575,40	2.932,43	2.215,05	1.414,65	521,64
Depreciación	6.256,44	6.256,44	6.256,78	6.256,78	6.256,78
TOTAL COSTO FIJO	100.072,56	112.233,44	121.724,75	132.148,34	143.596,23
COSTOS VARIABLES					
Costos Indirectos operación	3.500,50	3.755,38	4.029,34	4.323,81	4.640,39
Materia Prima Directa	72.734,40	78.259,84	84.205,05	90.601,90	97.484,71
TOTAL COSTO VARIABLE	76.234,90	82.015,23	88.234,38	94.925,72	102.125,10
PE DOLARES	160.557,38	180.037,27	195.229,56	211.912,48	230.233,00

Elaborado: La Autora

Cuadro Nro. 732 Proyección del Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO				
FORMULA =	PE =	$\frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})}$	$.= \frac{100072,56}{1 - (76234,90/202366,08)}$	160557,38
	PEV =	$\frac{\text{Ventas totales}}{\text{PVU}}$	$.= \frac{160557,38}{5,75}$	27923,02

Elaborado: La Autora

5.4.7. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Se estableció en base del volumen de ventas, determinando el siguiente escenario:

Cuadro Nro. 74 Análisis de sensibilidad

CONCEPTOS	Variación %	TIR %	VAN	EVALUACION
Aumento costos de producción	0,05	17,55%	3.172,08	SENSIBLE
Disminución de ingresos	-0,05	7,97%	(9.697,15)	ALTO SENSIBLE
Aumento Gastos Administrativos	0,05	25,80%	15.968,75	OK
Normal	0	28,12%	19.672,73	O.K.

Elaborado: Autora

Interpretación: Si aumentamos los costos de producción en un 5% el TIR queda en 17.55 % y el VAN en 3.172,08 esto quiere decir que se rebaja los ingresos, pero seguimos ganando, pero si rebajamos las ventas en un 5 % el TIR sería 7,95 % y el VAN -9697,15 el proyecto no podría bajar sus ventas ya que el proyecto es alto sensible y si aumentamos un 5% en los gastos administrativos el TIR quedaría en 25,80 % y el VAN en 15.968,75 es sensible pero seguimos ganado, por lo que no se puede aumentar los sueldos más del incremento fijado por el Gobierno Nacional.

5.5. COMPROBACIÓN DEL TIR Y VAN

Cuadro Nro. 75 Comprobación del TIR y VAN

INVERSION INICIAL	-56000,00
RENDIMIENTO AÑO 1	21.497,64
RENDIMIENTO AÑO 2	19.023,94
RENDIMIENTO AÑO 3	18.934,53
RENDIMIENTO AÑO 4	14.487,99
RENDIMIENTO AÑO 5	45.655,47
COSTE CAPITAL	0,15
VAN= 19.672,73	
SI	ACEPTA EL PROYECTO
TIR= 28,12%	

Elaborado: Autora

El propósito de realizar la comprobación del TIR y VAN es tener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto, es decir es aceptable la realización del mismo. Además es una herramienta para realizar el análisis de sensibilidad

5.6. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

Cuadro Nro. 76 Resumen de Evaluación Financiera

EVALUACION FINANCIERA				
NRO	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	0,15	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	0,28	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	19.672,73	
4	RC	RECUPERACION INVERSIÓN	RECUPERACION 4 AÑOS 2 MESES	
5	CB	COSTO BENEFICIO	1,09	POR CADA DÓLAR GANA 0,09
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	160.557,38	PARA NO GANAR NI PERDER

Elaboración: autora

La evaluación financiera en todos sus aspectos da como resultado que el proyecto si es POTENCIALMENTE factible.

CAPITULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA

El estudio administrativo busca determinar la parte organizacional de la microempresa en la cual se incluye la filosofía, estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para la conformación de la empresa.

6.1. ANÁLISIS INTERNO DE LA MICROEMPRESA

6.1.1. NOMBRE DE LA MICROEMPRESA O RAZÓN SOCIAL

GREEN BABY

Es una microempresa inspirada en el cuidado del bebe y preocupada de sobremanera por la contaminación del medio ambiente es por esto que contribuirá a la preservación del mismo a través de la búsqueda de alternativas ecológicas y de crianza natural con precios cómodos y justos.

6.1.2. LOGOTIPO



6.1.3. TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

GREEN BABY es una empresa privada orgullosamente ecuatoriana, ubicada en la ciudad de Ibarra. Fundada con el propósito de apoyar a la economía familiar y a la salud del bebe.

6.1.4. TIPO DE EMPRESA SECTOR O ACTIVIDAD

GREEN BABY es una empresa de tipo industrial ya que se dedica a la transformación de materia prima en un producto terminado en este caso pañales ecológicos, los mismos que posteriormente serán comercializados generando un margen de utilidad.

6.2. BASE FILOSÓFICA

6.2.1. MISIÓN

Apoyar a la economía familiar con los gastos de sus bebés con productos y servicios de la más alta calidad, que les ofrezcan ahorrar, sean durables y de beneficio a los bebés. Así como la difusión de sus beneficios ecológicos, económicos y de salud a través de un trato cálido, personalizado y un servicio incomparable. Estar continuamente investigando nuevos productos y servicios para proveer a los papás las mejores soluciones a las necesidades de sus hijos pequeños.

6.2.2. VISIÓN

En los próximos cinco años esperamos ser una marca posicionada y reconocida por su excelente calidad y líder en el mercado a nivel nacional a través del desarrollo de una revolución en productos modernos, que produzcan ahorros y cuiden al medio ambiente, para un mejor futuro de los niños.

6.2.3. OBJETIVOS

- Instalar la microempresa productora y comercializadora de Pañales ecológicos en la ciudad de Ibarra.
- Mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades de negocios para implantar microempresas.
- Potencializar la creatividad e iniciativa de los trabajadores para obtener competitividad en el mercado.
- Minimizar costos sin afectar la calidad del producto.
- Proporcionar información sobre nuestro producto.
- Utilizar materiales de alta calidad y amigables con el medio ambiente, en los procesos de producción.
- Contribuir al ahorro económico de los padres de familia

6.2.4. PRINCIPIOS Y VALORES

- **PRINCIPIOS:** Son normas que hacen referencia a la conducta de los empleados en el ejercicio de sus funciones y son:
 - a. **La responsabilidad:** es uno de los principios más importantes de la empresa, ya que mediante esta se cumplirá la puntualidad en la producción, entrega de pedidos, pago de cuentas, etc.
 - b. **Mejoramiento continuo:** tanto en procesos como en el producto a fin de que vaya acorde con la actualidad según las necesidades y exigencias del mercado.

- c. **Una buena atención al cliente:** en todas sus interrogantes, crear una alternativa ágil para la solución de problemas o quejas, permitirá obtener una buena relación con los clientes.
 - d. **Eficiencia en las actividades:** a desarrollarse en todas las áreas de la empresa, mediante un trabajo conjunto y con buena comunicación a fin de obtener un trabajo y producto de calidad.
 - e. **Cuidar la imagen de la empresa:** con un buen desempeño de labores, cumplimiento de obligaciones, respetando políticas y valores, con transparencia en el desarrollo de las mismas. Moralidad
- **VALORES:** son el reflejo de nuestro comportamiento basado en los principios. Con base en ellos decidimos cómo actuar ante las diferentes situaciones que se nos plantean en nuestras actividades, en este caso laborales, tienen que ver principalmente con los efectos que tiene lo que hacemos en las otras personas (compañeros de trabajo, usuarios), en la sociedad o en nuestro medio ambiente en general. Estos son:
 - a) **Honestidad:** elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa como hacia el cliente con transparencia y rectitud, siendo justo en cada decisión que se presente.
 - b) **Ética:** los trabajadores deberán trabajar con eficiencia, con un trato respetuoso para sus compañeros como para los clientes, desempeñando sus funciones con rectitud y disciplina.
 - c) **Cooperación:** es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en conjunto.

- d) Calidad:** en el desempeño administrativo, organizacional y de producción ya que esto se reflejará en el producto y en la satisfacción del cliente.
- e) Respeto:** El respeto crea un ambiente de seguridad y cordialidad; lo que permitirá la aceptación de las limitaciones ajenas y el reconocimiento de las virtudes de los demás.
- f) Responsabilidad ambiental:** minimizar el impacto ambiental orientando a la acción humana a la búsqueda de lo bueno, tomando conciencia de lo importante de la preservación del medio ambiente.

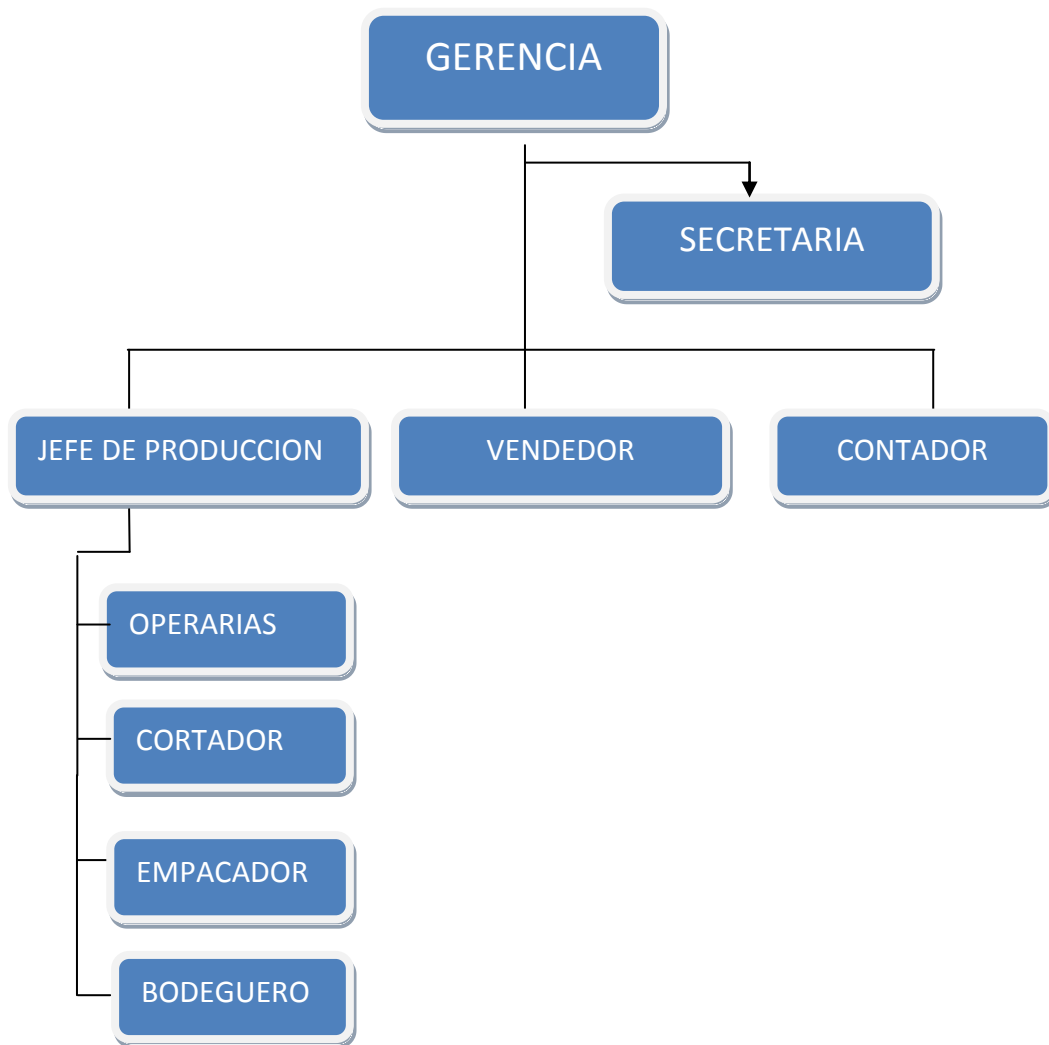
6.2.5. POLÍTICAS

- Crear un ambiente laboral de mutua confianza, con base en relaciones de trabajo respetuosas, claras, equitativas y justas.
- Lograr el desarrollo integral de las personas y de la empresa en forma compartida.
- Prestar excelentes servicios, asegurando la calidad a precios competitivos y cumpliendo con estándares internacionales para obtener, desarrollar y retener clientes, construyendo su lealtad y generando relaciones sostenibles en el largo plazo

6.3. ORGANIZACIÓN

6.3.1. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL

Para lograr un funcionamiento óptimo se propone la siguiente estructura representada en un organigrama.



Elaborado por: La Autora

6.3.2. NIVELES ADMINISTRATIVOS

Los niveles administrativos de la microempresa productora y comercializadora de pañales ecológicos son:

- a.** Nivel Superior o Legislativo
- b.** Nivel Ejecutivo
- c.** Nivel Auxiliar
- d.** Nivel Operativo

A. NIVEL DIRECTIVO

El nivel Superior o Legislativo está compuesto por los socios de la compañía que conforman la Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

B. NIVEL EJECUTIVO

Este nivel Directivo o Ejecutivo está integrado por el Administrador de la microempresa, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas, y las actividades de la misma.

C. NIVEL AUXILIAR

El nivel auxiliar está integrado por la unidad de Contabilidad - Secretaría, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la microempresa.

D. NIVEL OPERATIVO

Nivel operativo que lo integran las unidades de ventas, técnico industrial y trabajadores, serán los responsables de ejecutar los planes

para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la microempresa.

6.3.3. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Para operativizar el organigrama se propone el siguiente cuadro de Funciones, Competencias y Perfiles.

GERENTE			
Competencias	Perfil	Funciones	Requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Habilidad para trabajar en equipo. ✓ Liderazgo. ✓ Disposición. ✓ Creativo. ✓ Conducción de grupos de trabajo. ✓ Comunicación eficaz. ✓ Dirección de personas. ✓ Gestión del cambio y desarrollo de la organización. ✓ Gerenciamiento de la motivación del personal. ✓ Capacidad en la toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Liderazgo. ✓ Trabajo bajo presión. ✓ Buen manejo de relaciones humanas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir y hacer cumplir lo que dispone la ley de Turismo, la Ley Orgánica de Régimen Municipal, las ordenanzas y reglamentos en materia de turismo vigentes. ✓ Dirigir y planificar la actividad en materia de investigación, estudios, capacitación, diseño y gestión de proyectos. ✓ Conocer y resolver sobre planes, programas y proyectos, que sean de su competencia. ✓ Asesorar al nivel directivo ✓ Presentar el programa anual de trabajo ante los organismos competentes. ✓ Regular y controlar la gestión del personal. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Instrucción Formal: Estudios en Administración de empresas, Economía o afines. ✓ Edad: De preferencia de 25 a 40 años. ✓ Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.

SECRETARIA / CONTADOR(A)			
Competencias	Perfil	Funciones	Requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Destrezas y habilidades en el ejercicio de sus funciones. ✓ Compromiso con la institución. ✓ Autoconfianza. ✓ Autodesarrollo. ✓ Automotivación. ✓ Comunicación interpersonal. ✓ Disponibilidad. ✓ Gestión de conflictos. ✓ Gestión de recursos. ✓ Impacto e influencia ✓ Autoestima y asertividad. ✓ Trato ✓ Necesidades de logro ✓ Comprometido a trabajar por las políticas y objetivos de la Institución. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejo de contabilidad ✓ Conocimiento leyes tributarias. ✓ Buenas relaciones humanas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recepción, registro y despacho de documentación interna y externa de la empresa. ✓ Receptar y realizar llamadas ✓ Informar al área encargada sobre la posible llegada de clientes. ✓ Apoyar en la elaboración de informes y correspondencia ✓ Brindar atención e información sobre la empresa a quien lo solicita ✓ Apoyo en la coordinación la realización de las actividades organizadas por la empresa. ✓ Archivar los documentos de la Dirección y sus expedientes ✓ Cumplir las disposiciones emitidas por la Gerencia ✓ Coordinar actividades o diligencias cuando le fuere el caso. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudios en Contabilidad Superior y Auditoría ✓ Edad: Entre 25 a 35 años. ✓ Experiencia: Mínimo 1 año en cargos similares.

VENDEDOR			
Competencias	Perfil	Funciones	Requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Saber escuchar lo que dicen los clientes ✓ Tener buena memoria para recordar las características, ventajas y beneficios de los productos ✓ Ser creativo ✓ Tener espíritu de equipo y estar dispuesto a colaborar ✓ Ser autodisciplinado ✓ Tener facilidad de palabra ✓ Poseer empatía 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo bajo presión. ✓ Buen manejo de relaciones humanas ✓ Buena presencia 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entregar reportes de ventas. ✓ Cierre de caja diariamente ✓ Coordinar las actividades destinadas a la promoción y venta. ✓ Determinar las políticas de venta y controlar que se cumplan. ✓ Sugerir sistemas para la fijación de precios y diseñar programas de promoción. ✓ Atención personalizada ✓ Demostraciones a los clientes de los productos de la empresa. ✓ Manejo de inventarios ✓ Presentar informes a la gerencia mensualmente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia mínima de un año ✓ Estudios en Marketing y Ventas o carreras afines

PRODUCCION			
Competencias	Perfil	Funciones	Requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Destrezas y habilidades en el ejercicio de sus funciones. ✓ Compromiso con la institución. ✓ Creativo ✓ Innovador ✓ Disponibilidad de tiempo. ✓ Necesidades de logro ✓ Comprometido a trabajar por las políticas y objetivos de la Institución. ✓ Buen manejo de recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo bajo presión. ✓ Buen manejo de relaciones humanas ✓ Liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar, fabricar y controlar el personal, los materiales, equipos, capital y la información para el logro de objetivos. ✓ Producir bienes o servicios ✓ Convertir los materiales en productos terminados ✓ Gestionar el proceso productivo. ✓ Garantizar el buen funcionamiento de la maquinaria utilizada en el proceso de producción. ✓ Requerimiento de Materias primas y Repuestos y materiales ✓ Control de calidad ✓ Requerimientos contables para producción 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia mínima de un año ✓ Estudios en corte y confección ✓ Edad: entre 18 y 35 años

JEFE DE PRODUCCIÓN			
Competencias	Perfil	Funciones	Requisitos
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ver que exista un ambiente de trabajo armónico ✓ Selecciona al personal que esté capacitado para el trabajo de producción. ✓ Está pendiente en cumplir con sus entregas del producto. ✓ Busca mecanismos para la reducción en costos de producción. ✓ Mantenimiento de la instalación. ✓ Empacado del producto. ✓ Buen manejo de recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo bajo presión. ✓ Buen manejo de relaciones humanas ✓ Liderazgo y autoridad. ✓ Disponibilidad de tiempo completo ✓ Capacidad de trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar, fabricar y controlar el personal, los materiales, equipos, capital y la información para el logro de objetivos. ✓ Hacer producir bienes o servicios ✓ Gestionar el proceso productivo. ✓ Garantizar el buen funcionamiento de la maquinaria utilizada en el proceso de producción. ✓ Requerimiento de Materias primas y Repuestos y materiales ✓ Control de calidad ✓ Requerimientos contables para producción ✓ Controlar y organizar las órdenes de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de tercer nivel ✓ Experiencia en el área de producción. ✓ Edad: entre 28 y 38 años

6.4. BASE LEGAL

6.4.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: se denominará “GREEN BABY”.

6.4.2. FIGURA JURÍDICA:se constituirá como microempresa de Responsabilidad Limitada.

- **DOMICILIO**

El domicilio será la República del Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, Sector del Parque Industrial.

- **OBJETO**

Toda organización debe indicar en forma clara el objeto al que se va a dedicar y no podrá ejecutar ni celebrar otros actos. Pues esta se dedicará a la producción y comercialización pañales ecológicos.

- **APERTURA DE CUENTA**

La persona interesada en crear una empresa debe abrir una cuenta de una Integración de Capital, en beneficio de la misma.

- **ESCRITURA PÚBLICA**

Luego de la apertura de la cuenta, el futuro gerente-propietario de la empresa deberá acudir ante un notario y hacer una escritura pública de constitución.

- **APROBACIÓN**

La escritura pública se la presenta ante un juez de lo Civil solicitándole su constitución, para lo cual el funcionario debe hacer una publicación en un diario de un extracto de la empresa.

- **OPOSICIÓN**

Cualquier persona que se sienta afectada con la constitución de la nueva empresa tiene un plazo de 20 días para oponerse a su formación, ante el juez.

- **INSCRIPCIÓN**

Con la autorización del juez civil, el futuro gerente- propietario debe inscribirla en el Registro Mercantil. Para comenzar debe tener el Registro único de Contribuyentes. (RUC).

6.4.3. REPRESENTANTE LEGAL: se denomina Verónica Cecilia Enríquez Pérez.

6.4.4. CONFORMACIÓN DE LA MICROEMPRESA: formada con 2 socios.

6.4.5. CAPITAL INICIAL: \$56000, cuyo aporte de los socios es de \$21.000 y un crédito de \$ 35.000.

6.4.6. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

De las investigaciones realizadas en el Municipio del Cantón Ibarra, en los respectivos departamentos, se pudo establecer que no existirá ningún

impedimento para su funcionamiento en esta zona los registros son los siguientes:

El Registro de Contribuyentes (RUC), Patente Municipal y el permiso de funcionamiento.

6.4.6.1. OBTENCIÓN DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

- a. Cédula del representante legal.
- b. Copia del certificado de Votación.
- c. Recibo del pago de agua, luz o teléfono.

6.4.6.2. OBTENCIÓN DE PATENTE MUNICIPAL

- a. Recibo del último pago del impuesto predial.
- b. Copia del RUC.
- c. Documentos personales del representante legal.

6.4.6.3. REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD

- a. Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento.
- b. Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud.
- c. Al ingresar la solicitud y documentación, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- d. Entrega del informe final.
- e. Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, vigencia de 1 año.

6.5. SEGUIMIENTO Y MONITOREO

En cada una de las fases del trabajo, las decisiones estarán tomadas de manera oportuna buscando los datos de desarrollo de la microempresa sean óptimos. El administrador apoyado del contador realizará el seguimiento y evaluación de la inversión, aplicando medidas correctivas a desvíos o incrementos de gastos.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS

Es fundamental realizar el análisis de los impactos que genera la creación de la nueva microempresa, se ha enfocado en los ámbitos: socioeconómico, educativo, cultural, ético y ecológico; para ello se considera aplicar la matriz de valoración para calificar el impacto que ocasiona cada uno de ellos.

CUADRO N° 77 Matriz de Valoración de Impactos

POSITIVO	NIVEL
3	Alto
2	Medio
1	Bajo
0	Nulo
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: La autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

7.1.1. IMPACTO SOCIOECONÓMICO

CUADRO Nº. 78 Impacto Socioeconómico

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Ingresos económicos						X		2
Generación de empleo							X	3
Estabilidad familiar						X		2
Estabilidad laboral						X		2
Mejorar la calidad de vida						X		2
TOTAL						8	3	11

Elaborado por: La autora

$$NI = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

Impacto socioeconómico = 11/5

Impacto socioeconómico = 2,2

Nivel de impacto= medio positivo

ANÁLISIS

Se determina que el impacto socio económico tiene un nivel medio positivo, que benefician al sector por varias razones como: el generar nuevas fuentes de trabajo y a su vez tener una estabilidad laboral y familiar con lo cual no se tendrá la necesidad de migrar a otros lugares por trabajo, permitiendo así mejorar los ingresos de los habitantes y brindando una mejor calidad de vida para cada uno de ellos ya que la inversión de compra de los pañales ecológicos es mucho menor al costo de adquirir pañales desechables, de igual manera el crear esta microempresa incentiva a generar nuevas ideas de trabajo lo que sería beneficioso para el sector.

7.1.2. IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N°. 79 Impacto Empresarial

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Competencia						X		2
Estrategias de mercado						X		2
Creatividad							X	3
Satisfacción de necesidades							X	3
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La autora

$$NI = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

Impacto empresarial = 10/4

Impacto empresarial = 2,50

Nivel de impacto= alto positivo

ANÁLISIS

El impacto empresarial genera un nivel alto positivo, porque la creación de la microempresa de producción y comercialización de pañales ecológicos es una ventaja que ayuda al crecimiento del sector textil generando ideas e incentivando a las personas para que creen nuevas microempresas y a incentivar a la creatividad de nuevos productos y/o servicios. El posicionamiento en el mercado se lograra con un servicio de calidad y una atención oportuna ofreciendo productos de calidad. Debido a la constante ejecución de estrategias de mercado y brindando productos que satisfaga las necesidades del consumidor.

7.1.3. IMPACTO EDUCATIVO

CUADRO N° 1. 80 Impacto Educativo

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimientos						X		2
Oportunidad de emprender							X	3
Asistencia a seminarios, talleres de tecnificación						X		2
Tecnificación de su trabajo							X	3
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La autora

$$NI = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

Impacto educativo = 10/4

Impacto educativo = 2,5

Nivel de impacto= alto positivo

ANÁLISIS

Se ha tomado en cuenta cuatro indicadores, que se genera un nivel alto positivo, debido a que en el lugar de trabajo se comparte muchos conocimientos y además de les dará la oportunidad de emprender sus ideas y de capacitarse en lo referente al producto, por consiguiente los trabajadores aprenderán se enriquecerán de nuevos conocimientos los mismos que pueden aplicarse en sus labores diarias dándoles así oportunidad de crecer profesionalmente.

7.1.4. IMPACTO TECNOLÓGICO

CUADRO Nº. 81 Impacto Tecnológico

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Implementación de maquinaria productiva							X	3
Uso óptimo de materiales						X		2
Trasferencia real de conocimientos						X		2
Innovación tecnológica							X	3
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La autora

$$NI = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

Impacto empresarial = 10/4

Impacto empresarial = 2,5

Nivel de impacto= alto positivo

ANÁLISIS

El impacto tecnológico es un nivel alto positivo porque el proceso productivo se pretenderá incrementar la maquinaria de última tecnología que se ofrece en el mercado, y mediante estas optimizar el recurso tiempo que es muy importante para incrementar la producción.

Cabe recalcar que en la actualidad no es conveniente utilizar equipos obsoletos ya que se iría directamente al fracaso empresarial por la poca competitividad frente a la competencia y a las exigencias del mercado.

7.1.5. IMPACTO ECOLÓGICO

CUADRO N° 82. Impacto Ecológico

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Reciclaje de desechos			X					-1
Contaminación de ruido		X						-2
Contaminación de olor			X					-1
Disminución de gases tóxicos			X					-1
TOTAL		-2	-3					-5

Elaborado por: La autora

$$NI = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

Impacto ecológico = -5/4

Impacto ecológico = 1.25

Nivel de impacto= bajo negativo

ANÁLISIS

El nivel de impacto es bajonegativo ya que con la creación de la microempresa se tratará de mitigar el impacto ambiental, a través del manejo de los desechos, mismos que se pueden utilizar para elaboración de waype, o los residuos más pequeños de tela conocidos como sisco utilizados para rellenos. En cuanto a la contaminación de ruidos y olores se tratará de reducirlos en su mayoría a través de la disminución en el uso de sprays y con el tiempo mejorar la infraestructura para que el ruido no pueda perturbar a las personas que vivan cerca de la misma, dentro de la microempresa se entregará a los empleados mascarillas que les proteja de los químicos y de las pelusas de la tela.

7.1.6. IMPACTO GENERAL

CUADRO N° 83. Impacto General

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto socio-económico						X		2
Impacto empresarial							X	3
Impacto educativo							X	3
Impacto tecnológico							X	3
Impacto ecológico			X					-1
TOTAL			-1			2	9	10

Elaborado por: La autora

$$NI = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

Impacto general = 10/5

Impacto general = 2

Nivel de impacto = medio positivo

ANÁLISIS

En términos generales diría que el proyecto tiene un nivel de impacto medio positivo concluyendo que la creación de la microempresa va a generar buenos efectos que benefician tanto a los habitantes del sector como al mismo, los impactos antes mencionados no son perjudiciales más bien están encaminados a busca nuevas soluciones al problema que en la actualidad se hace presente en el país.

CONCLUSIONES

Una vez diseñado el proyecto se ha llegado a conocer la factibilidad del mismo y las oportunidades que tiene el proyecto “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PAÑALES ECOLOGICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”. A continuación presentamos las principales conclusiones:

1. El sector es idóneo para la producción y comercialización de pañales ecológicos, ya que no hay ninguna empresa que produzca estos pañales determinando así las posibles oportunidades que favorecen a la creación del proyecto.
2. Con el estudio de mercado se determina que no hay demanda insatisfecha para el año 2012 ya que todas las distribuidoras de pañales desechables están totalmente abastecidas lo que permite a los consumidores adquirir estos pañales en cualquier cantidad, en diversidad de marcas y precios pero que no son totalmente satisfactorios para ellos debido a las consecuencias que tiene su uso, por lo que esta nueva alternativa de pañal tiene gran acogida.
3. En el estudio técnico se determinó lineamientos de localización, operación funcionamiento del proyecto, así como la disponibilidad de mano de obra calificada en el área de corte y confección, y la facilidad de adquisición de maquinaria y materias primas dentro de la provincia.

4. En lo referente al estudio financiero se determinó que el proyecto es factible en términos económicos que avizoran la rentabilidad del mismo. Garantizando calidad en el producto y con buen volumen de ventas con el cual se obtendrá buenas utilidades recuperando así en corto tiempo la inversión.
5. La estructura orgánica para la conformación de la microempresa se constituye bajo disposiciones legales vigentes, está conformada por el personal administrativo y operativo designado para cada área, acorde a su perfil profesional y capacidad; su capital será integrado por el aporte de sus socios y en su estructura organizacional se detalla claramente los niveles jerárquicos con sus respectivas funciones orientados al cumplimiento de objetivos.
6. El nivel de impactos es positivo, lo que determina que el proyecto ocasionará un efecto positivo para todos los implicados lo que es satisfactorio para la fase de implantación.
7. Desde el punto de vista ecológico se puede concluir que el proyecto es de gran importancia para el medio ambiente ya que se reducirá el nivel de contaminación generada por la gran cantidad de desperdicios desechables, evitando también la tala indiscriminada de árboles, contribuyendo así a la preservación de bosques.

RECOMENDACIONES

1. Impulsar a la creación de microempresas que promuevan el desarrollo en nuestro sector, aprovechando los programas de apoyo que brinda nuestro gobierno a proyectos productivos para evitar la fuga de capitales, de talentos y así promover al mejoramiento del nivel de vida de la comunidad.
2. Se debe explotar en la ciudad de Ibarra la producción textil orientada hacia la creación de nuevos productos de calidad orientados hacia el cuidado del medio ambiente y a precios accesibles, satisfaciendo las necesidades de potenciales clientes y de esta manera ganar un mercado con mayor facilidad,.
3. Es importante para el éxito en la ejecución del proyecto contar con tecnología de punta, adquirir materia prima de buena calidad y contratar mano de obra calificada para confeccionar los productos, generando un mejoramiento continuo de procesos productivos que garanticen la total satisfacción en los potenciales clientes.
4. La implantación de la microempresa es recomendable debido a los resultados positivos obtenidos en la evaluación financiera en la que se determina la rentabilidad del proyecto, además se debe analizar todas las opciones de financiamiento para la reducción de gastos financieros, y así mantener un adecuado control de gastos y costos, es decir optimizar recursos y mantener un nivel alto de ventas a través de estrategias de comercialización que permitan lograr resultados positivos.

5. Se sugiere crear una cultura organizativa sostenible, incorporando personal altamente calificado con un enfoque al mejoramiento continuo para logro de objetivos y crecimiento empresarial.
6. Se recomienda adoptar medidas para preservar los niveles de incidencia positivos que genera su implantación y a su vez mitigar aquellos efectos negativos que se puedan dar durante su ejecución.
7. Se recomienda la utilización de productos ecológicos ya que es responsabilidad de todos cuidar el medio ambiente.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFIA:

1. Alcuácer, M. (2006). Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de ropa de trabajo en la ciudad de Ibarra. Ibarra.
2. Amaru, A. (2009). Fundamentos de Administración, Teoría General y Proceso Administrativo. Pearson.
3. Arboleda, G. (2006). Evaluación y control de proyectos. Mc Graw Hill.
4. Baca, G. (2006). Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill.
5. Bedón, J. (2006). La Microempresa.
6. Belch, G. (2005). Publicidad y Promoción. Mc Graw Hill.
7. Campaña, J. (1998). Problemáticas Ambientales. Oikos.
8. Covey, S. (1997). Siete hábitos de la gente altamente efectiva. Paidós Ibérica.
9. Fussler, C. (1999). Eco-Innovación integrando el Medio Ambiente en la empresa del futuro. Mundi Prensa.
10. GITMAN, L. (2007). Principios de Administración Financiera.
11. Gray, R. (2006). Contabilidad y Auditoría Ambiental. Digiprint EU.

12. Jácome, W. (2005). Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de Proyectos productivos y de inversión. Ibarra.
13. Kotler, P. (2008). Principios de Marketing . Pearson.
14. Nieto, A. (2008). Geografía Económica del Ecuador. Quito: Maya.
15. Rojas, S. A. (1993). Administración de pequeñas empresas . Mc Graw Hill.
16. Zapata, P. (2008). Contabilidad General. Mc Graw Hill.
17. Santesmases, M. (2001). Marketing Conceptos y Estrategias . Madrid: Muriel S.A.
18. Santesmases, M. (2005). Marketing de Estrategias. Madrid: Muriel S.A.
19. Vásconez, V. (2004). Contabilidad General. Mc Graw Hill.

LINCOGRAFIA:

1. Bebecológico. (2009). www.bebecologico.com. Recuperado el 2 de Julio de 2011, de <http://www.bebecologico.com>
2. Crianzanatural. (2004). www.crianzanatural.com. Recuperado el 14 de Junio de 2011, de <http://www.crianzanatural.com/art/art73.html>
3. Diccionario de la lengua Española. (2012). www.wordreference.com. Recuperado el 25 de Marzo de 2012, de <http://www.wordreference.com/definicion/>

4. Elhers, C. (21 de Septiembre de 2008). www.tvecuador.com. Recuperado el 10 de Octubre de 2011, de http://www.tvecuador.com/index.php?option=com_reportajes&id=862&view=showcanal
5. Encarta. (2009). La Ecología.
6. González, V. (02 de Octubre de 2008). www.fnatura.org. Obtenido de http://www.fnatura.org/boletines/expo_conf/ponencias/Vladimir_Gonzalez-La_Calidad_del_Aire_en_Ecuador.pdf
7. Lascano, M. (23 de Febrero de 2011). www.hoy.com.ec. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-certificacion-tema-pendiente-en-la-explotacion-maderera-en-ecuador-460268.html>
8. Mujeres, R. M. (31 de Julio de 2007). www.quienentravuelve.com. Recuperado el 12 de Junio de 2011, de <http://quienentravuelve.blogspot.com/2007/07/los-paales-desechables-contienen.html>
9. Sánchez, A. (Octubre de 2008). www.todomercado.com. Recuperado el 23 de Agosto de 2011, de <http://www.todomercado.com/otros/panales-ecologicos-reutilizables-hechos-en-usa-ahorra-y-cuida-a-tu-bebe.view?id=1214409204836>
10. Velsid. (31 de Octubre de 2005). www.bebesymas.com. Recuperado el 16 de Enero de 2012, de <http://www.bebesymas.com/historiadelpañal>

ANEXOS

ANEXO A: Locales de venta de pañales

SUPERMERCADOS		
1	ABASTOS MI ABUELITA REGALONA	J ANDRADE 1-030
2	ABASTOS SAN FRANCISCO	RAMON ALARCON 3-079
3	MINI MARKET CRISTAL	AV ATAHUALPA 30-007 Y PRINCESA PACCHA
4	ABARROTES	J ANDRADE 2-008
5	ABACERIA VIVERES ANITA	A CORDERO 03-063
6	ABACERIA MICRO ROSITA	H GONZALEZ DE 27-143 EJIDO CARANQUI
7	ABASTOS	J ATABALIPA 01-011
8	ABASTOS	RAFAEL SANCHEZ 01-060
9	COMERCIAL IBARRA	O MOSQUERA 08-025
10	ABARROTES	J ATABALIPA 01-073
11	CORPORACION AZENDE	A MOSQUERA N 03-073
12	SUPERMERCADO UNIVERSAL	OVIEDO 09-26
13	ALMACENES TIA	AV A PEREZ G 07-075
14	SUPERMERCADO STA LUCILA	AV A PEREZ G 08-072
15	SUPERMICRO PALMA	AV V M GUZMAN 01-035
16	HIPERMARKET	RAFAEL SANCHEZ 06-016
17	SUPERMAXI	AV M ACOSTA CC LA PLAZA
18	SUPERMERCADO ABASTOS CORINA	LA VICT E GARZON F 7-56
19	SUPER MARKETY NIKY	AV RETORNO 18-073
20	SUPERMERCADO EL OFERTON	AV A PEREZ G 07-041
FARMACIAS		
1	FARMACIA FATIMA	LA PRIMAVERA M T D CALCUTA 5-02
2	FARMACIA ARIANA	MALDONADO 15-103
3	FARMACIA INGLESA 2	A CORDERO 09-122
4	FARMACIA ECONOMICA EL CISNE	BOLIVAR 03-041
5	FARMACIAS ECONOMICAS SOFIA	LUIS VARGAS T 2-25
6	FARMACIA LA VICTORIA	LA VICT H GUZMAN L 09-16
7	FARMACIA ROSS	CHICA NARVAEZ 08-106
8	FARMACIA CABINAS E INTENET	J DE LA ROCA 5-027
9	FARMACIA BOLA AMARILLA/CABINAS	AV ATAHUALPA 19-114
10	FARMACIAS ECONOMICAS	AV RETORNO 17-103
11	FARMACIA SANA SANA	SANCHEZ Y C 12-038
12	FARMACIA	SUCRE 14-080
13	FARMACIA SU SALUD	LUIS VARGAS T 4-19
14	FARMACIA HASHSEM	LUIS VARGAS T 2-37
15	FARMACIAS SOLIDARIAS	O MOSQUERA 09-035

16	FARMACIA AJAVI	AV V M GUZMAN 09-051
17	FARMACIA EL CARMEN ARTICULOS BAZAR	MALDONADO 11-009
18	FARMACIA STA LUCIA/CABINAS E INTERNET	AV M ACOSTA 23-087
19	FARMACIA SAN PEDRO	AV V M GUZMAN 02-066
20	FARMACIAS CRUZ AZUL	OLMEDO 11-106
21	FARMACIA STO DOMINGO	TROYA 1-34
22	BIOLIFE MEDICINA NATURAL	AV F VACAS G 04-087
23	INACTIVO FARMACIA NUEVO HOGAR	AV C DE TROYA 08-189
24	FARMACIA LA MERCED	SANCHEZ Y C 06-85
25	FARMACIA NUEVO HOGAR 2	AV F VACAS G Y SALVADOR DALI
26	FARMACIA CENTRAL	SANCHEZ Y C 13-032
27	FARMACIA FEDERAL	OVIEDO 08-92 Y SANCHEZ Y C
28	FARMACIA GABY	S ANT 27 NOVBR 07-043
29	FARMACIA EL RETORNO	AV RETORNO 20-054
30	FARMACIA 4 ESQUINAS	AV ATAHUALPA 22-055
31	FARMACIA ESPEJO	AV E ESPEJO S/N (10) OBELISCO
32	FARMACIA JERUSALEN	AV A PEREZ G 08-034
33	FARMACIA ALEMANA	AV V M GUZMAN 10-047
34	FARMACIAS ECONOMICAS	AV ATAHUALPA 14-016
35	BOTIQUIN	TENA 03-70
36	FARMACIA SAN MIGUEL	13 DE ABRIL Y QUITO
37	FARMACIA SOLIDARIA 2	PANA NORTE S/N
38	FARMACIA	TANGUARIN 15 DE MAYO 5-018 SECTOR NORTE
39	FARMACIA PROFESIONAL REX	AV E ESPEJO 04-106
40	FARMACIA SU SALUD	LUIS VARGAS T 4-19
41	FARMACIAS ECONOMICAS	BOLIVAR 10-099
42	FARMACIAS ECONOMICAS	SANCHEZ Y C 12-043
43	FARMACIA SANTA MARIANITA	OLMEDO 10-089
44	FARMACIAS ECONOMICAS	VELASCO 9-69
45	FARMACIA REX	CHICA NARVAEZ 07-048
46	FARMACIA ROSSY	AV J ROLDOS Y ANGEL MENESES
47	FARMACIA SAN FRANCISCO	AV V M GUZMAN 04-003
48	FARMACIA NUEVA VIDA	AV RETORNO 19-029
49	VITAL PHARMA SAN ANTONIO	27 DE NOVIEMBRE 552 Y LUIS ENRIQUE CEVALLOS
50	FARMACIA YACUCALLE	J ATABALIPA 02-041
51	FARMACIAS ECONOMICAS	JORGE DAVILA MEZA 1-33
52	LA SALUD FARMARED	LUIS VARGAS T 3-39
53	INACTIVO FARMACIAS LA DOLOROSA	BOLIVAR 11-064

54	BOTIQUIN FOR THE LIVE	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA
55	FYBECA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA
56	FARMACIA SUDAMERICANA	OLMEDO 08-64
57	FARMACIA LA MERCED 2	CHICA NARVAEZ Y GRIJALVA
58	FARMACIA ECONOMICA COMISIONISTA	BOLIVAR 10-099
LOCALES QUE COMERCIALIZAN PAÑALES		
1	PAÑALERA MIKYS	SANCHEZ Y C 10-57
2	VENTA DE PAÑALES	LA VICT E GARZON F 9-05
3	MEGADISTRIBUIDORA KAREN	EL MILAGRO EL GUABO S/N
4	PAÑALES LA NALGUITA FELIZ 2	AV M ACOSTA 22-109
5	VENTA DE PAÑALES Y OTROS	O MOSQUERA 13-003
6	VENTA DE PAÑALES	AV M ACOSTA 12-058
7	VENTA DE PAÑALES AMALIA	AV RETORNO 16-104
8	VENTA DE PAÑALES	COLON 9-021
9	BARATODITO VENTA DE PAÑALES	AV E ESPEJO TERM TERR A 06
10	VENTA DE PAÑALES Y CABINAS	AV ATAHUALPA 14-029
11	VENTA PAÑALES Y PRODUCTOS ASEO	PRIORATO MORASPUNGO 3-71
12	VENTA DE PAÑALES DISFAM	SANCHEZ Y C 14-043
13	PAÑALERA DOKY DOKY PRODUCTOS ASEO	S ANT 27 NOVBR 06-098
14	DISTRIBUIDOR DE PAÑALES	AV RIVADENEIRA 5-012
15	LA NALGUITA FELIZ 1 PAÑALES/ ARTICULOS BAZAR	SANCHEZ Y C 03-91
16	LA BODEGUITA DEL PAÑAL	O MOSQUERA 06-174
17	VENTA PAÑALES PLASTI PAÑA ANDY	OVIEDO 11-75
18	VENTA DE PAÑALES Y PRODUCTOS ASEO	SANCHEZ Y C 14-034
19	SUPER PAÑAL VENTA PAÑALES/PRODUCTOS ASEO	SANCHEZ Y C 14-049

ANEXO B: Encuesta dirigida a los consumidores de pañales desechables en la ciudad de Ibarra.

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PAÑALES ECOLÓGICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

Encuesta dirigida a los consumidores de pañales desechables en la ciudad de Ibarra.

Marque su respuesta con una x en el literal de la respuesta que se ajuste de mejor manera a su criterio.

1. ¿Usted consume pañales desechables?

 Siempre () Casi siempre () Nunca ()
2. ¿Cuántos pañales desechables compra usted a la semana?

 10 a 20 () 21 a 30 () 31 a 40 () Más de 40 ()
3. ¿Cuánto gasta semanalmente en comprar pañales desechables?

 Hasta \$5 () De 6 a 10 () De 10 a 15 () Más de 15 ()
4. ¿Está usted satisfecho con la calidad de estos productos?

 Totalmente satisfecho () Parcialmente satisfecho () Insatisfecho ()
5. ¿Qué aspecto toma en cuenta al momento de adquirir pañales desechables?

 Calidad () Precio () Diseño () Beneficios ()
 Otros.....
6. ¿Sabe usted cual es el mayor daño causado por el uso de pañales desechables a las personas y al ambiente?
 Alergias () Irritaciones en la piel del bebe ()

Contaminación ambiental () Otros.....

8. ¿Tiene usted conocimiento acerca de los pañales ecológicos?

Mucho () Poco () Nada ()

8. ¿Compraría usted pañales ecológicos reutilizables:

Si () No ()

Por qué?.....

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un pañal ecológico?

.....

10. ¿Dónde le gustaría comprar este tipo de pañales?

Supermercados () Tiendas de pañales () Farmacias ()
Por catálogo ()

DATOS TECNICOS

EDAD: 18-25() 26-35 () 36-45 () 46-55 () + de 56 ()

SEXO: F () M ()

NIVEL DE INSTRUCCION: Primaria () Secundaria () Superior () Ninguna ()

OCUPACION: Estudiante () Profesional () Ama de casa () Comerciante ()

Otro..... Encuestador:.....

ANEXO C: Encuesta dirigida a los comerciantes de pañales desechables en Ibarra

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PAÑALES ECOLÓGICOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

Encuesta dirigida a los dueños de negocios que comercialización pañales desechables en la ciudad de Ibarra.

1. ¿Quiénes son sus mayores consumidores?

Tiendas () Abastos () Minimercados () Padres de familia ()
Otro.....

2. ¿Conoce usted el tiempo de caducidad de un pañal desechable?

Mucho () Poco () Nada ()

3. ¿Con que permisos de funcionamiento cuenta usted actualmente?

Permiso de bomberos () Certificado de medio ambiente () Patente municipal ()
Otros.....

4. ¿Con que frecuencia cree usted que se debe cambiar un pañal desechable?

3..... 4..... 5..... 6..... Mas.....

5. Cuantos pañales desechables vende usted al día?

10 a 20 21 a 30 31 a 40 41 a 50 Más de 50

6. ¿Qué marcas de pañales desechables comercializa usted?

Huggies () Panolini () Pañalin () Picolin ()
Pompis () Pototin () Otros.....

7.

Que precauciones toma usted para mantener a los pañales en buenas condiciones?

Uso de guantes () Protección contra el polvo () Caducidad()

Controles médicos frecuentes () Otros

8.Cuál de estas reacciones es la más común por el uso de pañales desechables?

Alergias () Infecciones () Resequedad () Hongos ()

Otro.....

8. Conoce usted cuanto tiempo demora en descomponerse un pañal desechable?

1 a 100 años () 101 a 300 () 301 a 500 () Mas de 500 ()

9. Qué tipo de estrategias de comercialización maneja usted?

Publicidad () Preciosbajos () Promociones ()

Otros.....

DATOS TECNICOS

EDAD: 18-25() 26-35 () 36-45 () 46-55 () + de 56 ()

SEXO: F () M ()

NIVEL DE INSTRUCCION: Primaria () Secundaria () Superior () Ninguna ()

Encuestador:.....